Projet sur le tourisme autochtone et la compréhension interculturelle

Établi par Turtle Island Tourism Company

Janvier 2006

Initiative fédérale-provinciale-territoriale
sur le rapport culture/patrimoine et tourisme

Contexte

- L'Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme (ITFPT), projet pilote de deux ans, a officiellement été lancée en novembre 2003 et a pris fin en octobre 2005.

- Ce partenariat entre tous les ministères provinciaux et territoriaux responsables de la culture et du patrimoine et le ministère du Patrimoine canadien est coprésidé par le Manitoba et le Nouveau-Brunswick.

- Trois groupes de travail ont été créés pour mettre en œuvre cette initiative :
    - Le Groupe de travail sur les cultures autochtones et le tourisme (initialement dirigé par l'Alberta, puis par la Saskatchewan);
    - Le Groupe de travail sur le renforcement de la capacité de commercialisation (dirigé par l'Ontario);
    - Le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques (dirigé par la Colombie-Britannique).

Produits

- L'objectif de l'initiative est d'appuyer les gouvernements établis en partenariat pour veiller à ce que leurs intervenants dans les domaines de la culture et du patrimoine puissent devenir actifs, selon leurs propres règles, dans le tourisme.

- Les produits à ce jour tiennent compte de la contribution de chaque gouvernement.

- Ces produits ont été créés pour favoriser la discussion et créer des possibilités de dialogue entre les homologues des secteurs de la culture, du patrimoine et du tourisme.

- Les partenaires de l'ITFPT sont responsables de la diffusion des produits et des principaux messages dans leur champ de compétence, lorsqu'ils le jugent nécessaire.

- Le Bureau de coordination de l'Initiative FPT sur le rapport culture/patrimoine et tourisme est prêt à répondre aux requêtes. Il est possible de le rejoindre à ITFPT@pch.gc.ca

Avantages de l'ITFPT

- La collaboration continue avec les homologues du secteur du tourisme pour s'acquitter de projets axés sur la culture et le patrimoine crée des occasions d'accroître l'échange d'information et les partenariats stratégiques. L'ITFPT continue d'élaborer les outils et l'information qui permettront aux ministères FPT de la Culture et du Patrimoine :

    1) d'assurer un leadership et d'apporter une dimension culturelle dans toute politique concernant le tourisme;

    2) d'aider le secteur de la culture et du patrimoine à renforcer ses capacités en tourisme;

    3) de contribuer à faire comprendre que la promotion, le maintien et le soutien des cultures du Canada et la durabilité du tourisme au Canada se renforcent mutuellement.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE EXÉCUTIF 5

RAPPORT DOCUMENTAIRE 9
1.0 Contexte 9
2.0 Méthodologie 11
3.0 Études de cas sur le tourisme culturel : Australie 12
3.1 Tourisme de réconciliation et marketing 12
3.2 Parc culturel autochtone Tjapukai dans la région nord du Queensland . 13
3.3 Lancement de l'Année internationale de l'écotourisme en 2002 15
3.4 Camp Coorong : Centre d'éducation culturelle et de relations raciales .. 15
4.0 Études de cas sur le tourisme culturel : Nouvelle-Zélande 17
4.1 Le parc national Aoriki/Mount Cook 19
5.0 Études de cas sur le tourisme culturel : Canada 21
5.1 Défis auxquels fait face l'industrie canadienne du tourisme culturel autochtone 21

RAPPORT D'ENQUÊTE 24
1.0 Aperçu du projet 24
2.0 Méthodologie 24
3.0 Tourisme culturel durable 25
3.1 Prise en charge par les Autochtones 26
3.2 Contrôle autochtone 26
3.3 Acceptation et désir de la collectivité 26
3.4 Viabilité économique 27
4.0 Nature de l'échange culturel 28
4.1 Authenticité du message 28
4.2 Nature de l'échange culturel 29
4.3 Motivation et mandat de l'hôte 29
4.4 Attentes des visiteurs 30
4.5 Niveau de compréhension des visiteurs 30
4.6 Lien culturel 31
5.0 Pratiques exemplaires 31
5.1 Consultation communautaire 32
5.2 Mécanismes et outils de soutien 32
5.3 Normes et outils gouvernementaux 33
5.4 Formation culturelle 33
5.5 Protocoles 33
5.6 Méthodes de suivi 34
5.7 Observations 34

RAPPORT SUR LE CERCLE CONSULTATIF 36
1.0 Résumé 36
2.0 Aperçu du projet 37
2.1 Méthodologie du cercle consultatif 37
2.2 Participants au cercle consultatif 38
3.0 Pratiques exemplaires et obstacles – Offrir un produit authentique 39
3.1.Prise en charge et contrôle par les Autochtones 39
3.2 Préserver, promouvoir et protéger la culture 39
3.3 Consultation et soutien de la collectivité 40
3.4 Langues autochtones 41
4.0 Pratiques exemplaires et obstacles – Renseigner les Canadiens sur la culture autochtone 41
4.1 Élaboration et diffusion du message 41
4.2 Secteur de l'éducation 42
5.0 Pratiques exemplaires et obstacles – Répondre aux attentes des visiteurs 43
5.1 Message de bienvenue 43
5.2 Répondre aux attentes des visiteurs 43
6.0 Défis communs et établissement des besoins 45
6.1 Financement et durabilité économique 45
6.2 Ressources humaines et renforcement des capacités 45
6.3 Infrastructure 46
7.0 Recommandations et suivi 46
7.1 Financement accru 46
7.2 Création d'un cercle consultatif 47
7.3 Communication 47
7.4 Évaluation 48
7.5 Marketing et promotion 48

RÉFÉRENCES 49

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Ce projet aux multiples étapes a été mené au cours d'une période d'un an et comportait des volets de recherche originale, d'enquêtes et de consultations individuelles. Dans la Phase 1, on a recensé des études de cas internationales qui mettaient en lumière des stratégies et des préoccupations concernant le tourisme autochtone en tant qu'outil de sensibilisation interculturelle. La Phase 2 consistait en une enquête approfondie auprès des exploitants d'entreprises de tourisme culturel autochtone de tous les coins du pays afin d'examiner des exemples canadiens de stratégies et de pratiques idéales en matière de tourisme culturel autochtone. La Phase 3 a réuni des exploitants d'entreprises de tourisme culturel autochtone chevronnés dans le cadre d'un cercle consultatif pour le recensement des éléments qu'il est essentiel de mettre en valeur afin de favoriser l'émergence d'un secteur du tourisme culturel autochtone viable au Canada.

PHASE 1 : RAPPORT DOCUMENTAIRE

Dans le cadre de cette phase, on a recensé des études de cas internationales afin de définir d'un point de vue mondial le rapport entre le tourisme et les collectivités autochtones en Nouvelle-Zélande, en Australie et au Canada (bien que les exemples canadiens aient été limités). Les études de cas ont dégagé les approches et les stratégies fructueuses de même que les préoccupations des exploitants et des collectivités autochtones hôtes dans leurs efforts visant l'utilisation du tourisme en tant qu'outil de sensibilisation interculturelle. La recherche a révélé des pratiques et des défis communs dans l'industrie internationale du tourisme culturel autochtone en ce qui concerne les efforts déployés dans les domaines de la réconciliation et de la sensibilisation du public par une interprétation authentique de la culture.

PHASE 2 : RAPPORT D'ENQUÊTE

Afin de mieux comprendre les éléments soulevés dans la Phase I, une enquête nationale auprès des organisations de tourisme culturel autochtone a été lancée. L'enquête visait à faire le relevé des approches et des stratégies fructueuses de même que des préoccupations des responsables du tourisme culturel autochtone dans le cadre des efforts déployés par ceux-ci pour utiliser le tourisme en tant qu'outil de sensibilisation interculturelle au pays. Une première liste de 120 entreprises de toutes les régions du Canada a été dressée en tant que base de l'enquête. Elle comprenait un large éventail d'expériences de tourisme culturel autochtone, s'agissant d'entreprises privées, de centres culturels communautaires sans but lucratif, d'initiatives gouvernementales et d'organisations non gouvernementales de toutes les régions du pays. Soixante questionnaires ont été remplis.

Parmi les constatations clés, mentionnons :

- Quatre-vingt-six pour cent (86 %) des répondants ont dit estimer que la majorité des membres de leur collectivité sont favorables à l'interprétation qui est faite de leur culture et de leur communauté dans le contexte de l'expérience de tourisme culturel offerte. Fait peu étonnant : les collectivités hôtes protègent souvent les éléments les plus sacrés de leur culture et leur collectivité du tourisme et des activités d'interprétation. Parmi les pratiques les plus fructueuses en usage, mentionnons : la tenue de consultations locales sur l'interprétation culturelle; la prestation de mécanismes et (ou) d'outils de soutien pour assurer l'authenticité culturelle; la prestation d'une formation culturelle à l'intention des

employés; des protocoles pour les visiteurs des collectivités des Premières nations; et l'évaluation des réactions des visiteurs aux programmes offerts.

- Les répondants ont indiqué que le défi le plus important qui se pose à eux consistait en le manque de ressources financières pour assurer la viabilité économique de leur organisation. Outre le manque de fonds, les répondants ont également cité le manque de ressources efficaces en matière de formation et de soutien pour la mise en marché, des problèmes opérationnels et l'infrastructure en tant qu'obstacles à une bonne communication du message aux marchés canadiens.

- Selon les résultats du sondage, l'authenticité culturelle du produit est garantie par la reconnaissance et le respect des processus communautaires. Ces processus sont : l'approbation des Aînés; la participation des chefs de file culturels; l'inclusion des Autochtones dans l'élaboration et la prestation du produit; et la reconnaissance de la tradition orale. D'autres facteurs contribuent à l'authenticité culturelle. Ce sont : les autorisations et les recommandations du comité culturel; les outils d'évaluation du rendement; les accords d'exploitation; les guides de formation des employés; les principes directeurs; la formation sur les différences culturelles; et les stratégies de développement durable.

- Dans tout le Canada, un certain nombre de normes, d'outils et de guides ont été élaborés par des organismes fédéraux, provinciaux et territoriaux exerçant une influence sur l'industrie du tourisme culturel. Cela comprend des normes culturelles, des outils d'évaluation, des protocoles, des ententes, etc. Le quart environ des répondants à l'enquête ont utilisé ces outils pour diriger et influencer l'élaboration et l'exécution à l'échelon local.

PHASE 3 : RAPPORT SUR LE CERCLE CONSULTATIF

- Un nombre limité de répondants à l'enquête ont été invités à prendre part à un cercle consultatif afin d'approfondir la discussion des idées qui ont été abordées dans l'enquête. Le Cercle s'est réuni à Gatineau (Québec), en octobre 2005.

  Les participants du Cercle consultatif
  Eva Aariak, Pirurvik Centre
  Linnea Battel, Xa'ytem Longhouse Interpretive Centre
  Cindy Charlie, Tage Cho Hudan Interpretive Centre
  Mike Côté, Mawandoeseg
  Vania Gagnon, Riel House National Historic Site of Canada
  Vera Kasokeo, Chief Poundmaker Historical Centre
  Laurel Mould, Ksan Historical Village and Museum
  Pam Ward, Metepenagiag Heritage Park
  Paula Whitlow, Chiefswood National Historic Site

La plupart des participants ont convenu que les avantages économiques de leur site touristique n'étaient pas aussi importants que les avantages pour leur collectivité, comme la préservation, le partage, la guérison et une plus grande confiance en soi. Parmi les principales recommandations qui ont été faites, mentionnons :

- L'accès aux autres organisations et ressources de tourisme culturel autochtone par le partage d'information, le maillage, etc.

- Un accès accru aux programmes de financement ainsi que l'augmentation des niveaux de financement. Cela peut supposer l'adoption d'une approche concertée, pangouvernementale à l'égard d'un éventail de questions liées au financement, comme les critères d'admissibilité, les obstacles découlant des formulations et du langage bureaucratique utilisés par les pouvoirs publics, et l'accessibilité des demandes de financement.

- Une aide en vue de l'incorporation des questions liées au tourisme culturel dans la planification communautaire ainsi que dans l'élaboration et (ou) la distribution de lignes directrices et de protocoles communs afin de faciliter l'essor du tourisme culturel autochtone.

- Les membres du Cercle consultatif sont très favorables à l'idée d'aller au-delà des rapports de recherche et des sondages exploratoires pour privilégier les mesures concrètes, dont les projets-pilotes.

CONCLUSION

La majorité des exploitants d'entreprises de tourisme culturel et (ou) patrimonial autochtone ne font pas du tourisme dans le simple but de produire des revenus, mais aussi pour protéger et promouvoir l'identité culturelle et communautaire. Il est toutefois évident que d'importantes préoccupations liées à la capacité des organisations culturelles autochtones empêchent la pleine exploration du tourisme en tant que moyen de promotion de la compréhension interculturelle. Avec les préoccupations liées à la capacité, du point de vue « offre », les idées préconçues empêchent les Canadiens et Canadiennes qui ne sont pas d'ascendance autochtone de rechercher les activités culturelles et patrimoniales touristiques autochtones, du point de vue « demande ». À cet égard, l'enquête révèle :

- Il existe un besoin criant en financement opérationnel et en mesures de soutien à long terme dans le domaine de l'élaboration de programmes et des initiatives de formation, y compris le mentorat et les programmes destinés aux aînés et aux jeunes, et en assistance dans l'élaboration et la mise en œuvre de systèmes d'évaluation et ce, afin d'assurer le dynamisme de l'industrie à l'avenir. Pour régler les problèmes que connaissent les exploitants d'entreprises de tourisme culturel autochtone, il faudrait notamment l'apport de plusieurs partenaires gouvernementaux, et non pas seulement des ministères de la culture et du patrimoine. Par exemple, les projets de tourisme culturel autochtone fonctionnent à l'intérieur d'un cadre de financement complexe au sein duquel opèrent plusieurs organismes subventionnaires.

- Les communications entre les intervenants des milieux de la culture et du patrimoine autochtones, d'une part, et de ceux du tourisme, sont limitées.

- Les organisations de tourisme culturel autochtone ont besoin d'aide en matière de mise en marché et d'élaboration de programmes et de produits tout comme elles ont besoin de systèmes d'évaluation.

- Si le soutien de la collectivité à l'égard des organisations de la culture et du patrimoine est extrêmement utile pour ce qui est de la viabilité à long terme, l'absence de lignes directrices et de protocoles pour guider les communautés dans l'essor du tourisme culturel autochtone restreint le développement durable.

RAPPORT DOCUMENTAIRE

1.0 Contexte

L'industrie touristique constitue une facette importante de notre vie de tous les jours et de nos réalités économiques. Elle représente 3,6 billions de dollars US en activités économiques et crée un emploi sur 12 à l'échelle internationale. Actuellement, le tourisme est le facteur important qui motive le déplacement des personnes et amène ces dernières à réaliser des échanges sociaux directs. Bref, le tourisme touche toutes les collectivités et toutes les localités du monde entier. C'est un catalyseur de grande envergure des interactions culturelles partout dans le monde (Higgins-Desbiolles, 2003a, p. 243).

À l'échelle internationale, les collectivités autochtones reconnaissent le rôle important que peut jouer le tourisme pour jeter des ponts entre les cultures. En 1980, la Déclaration de Manille sur le tourisme mondial décrivait le tourisme comme une « force vitale pour la paix et la compréhension internationale ». Cette déclaration a été suivie par l'adoption de la Charte du tourisme et le Code du touriste lors de l'Assemblée générale de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en 1985, au cours de laquelle il a été dit que le tourisme contribuait à « améliorer la compréhension mutuelle, à rapprocher les gens et, par conséquent, à renforcer la collaboration internationale »[1]. [Traduction]

En 1985, la Charte du tourisme durable, rédigée par la Conférence mondiale sur le tourisme durable, reconnaissait dans son préambule que « ... le tourisme fournit l'occasion de voyager et de connaître d'autres cultures, et que le développement du tourisme peut faciliter l'établissement de liens plus étroits entre les peuples et l'instauration de la paix, créant ainsi une conscience respectueuse de la diversité des cultures et des modes de vie »[2]. [Traduction]

En 1999, le *Code mondial d'éthique du tourisme*, présenté à l'Assemblée générale de l'OMC, reconnaissait que le tourisme jouait toujours un rôle important dans la compréhension interculturelle, ses auteurs « croyant fermement que grâce aux contacts directs, spontanés et non médiatisés qu'il provoque entre les hommes et les femmes de cultures et de modes de vie différents, le tourisme se veut une force vitale pour la paix et la compréhension entre les peuples du monde »[3]. [Traduction]

Les collectivités autochtones du monde entier créent des activités touristiques visant à soutenir la renaissance culturelle et la stabilité économique pour sensibiliser davantage les gens aux réalités interculturelles afin de mieux les leur faire comprendre. Lorsqu'on examine les liens qui existent entre le patrimoine et la culture autochtones et le tourisme, les thèmes de l'interprétation, de l'authenticité, des droits à la propriété intellectuelle, de la protection des terres traditionnelles et du savoir traditionnel s'imposent de toute évidence. L'industrie du tourisme culturel autochtone au Canada étant relativement jeune, ses principaux intervenants ont donc la chance d'établir les principes directeurs qui veilleront à ce que les avantages du tourisme ne dépassent pas les avantages offerts par la préservation des cultures. « Le tourisme autochtone durable a toujours mis l'accent sur la nécessité d'un développement qui soit viable sur le plan culturel, c'est-à-dire contrôlé, accepté et désiré par les collectivités autochtones intéressées, et économiquement durable » (McIntosh, 2003).

---

[1] Tel que cité dans Higgins-Desbiolles, 2003b.
[2] Tel que cité dans Higgins-Desbiolles, 2003b.
[3] Tel que cité dans Higgins-Desbiolles, 2003b.

« L'"exotisme de l'étranger" ... domine le phénomène du tourisme, et dans bien des pays, dont le Canada, des images autochtones colorées ont toujours été utilisées pour rehausser le caractère attractif du pays en tant que destination touristique » (Notzke, 2004). Pourtant, le problème est toujours le même : comment s'assurer que la nation autochtone dont la culture et le patrimoine sont représentés dans ces images de marketing tire également profit de l'industrie touristique et ne demeure pas qu'une icône superficielle (Notzke, 2004).

Dans nos efforts de compréhension du lien qui existe entre les nations hôtes et les touristes, une autre question doit être prise en considération : la nature des échanges culturels. Butler et Hinch soutiennent que le tourisme culturel est alimenté par la croyance voulant « qu'une telle activité facilite la compréhension entre les peuples autochtones et non autochtones »[4].[Traduction] C'est-à-dire que les expériences touristiques en milieu autochtone sensibilisent les visiteurs aux principaux problèmes autochtones et leur font mieux comprendre et évaluer la situation. Ainsi, les gens auront une meilleure compréhension des réalités et changeront leurs attitudes et leurs comportements, ce qui pourra se solder par des relations plus équitables entre les peuples autochtones et non autochtones.

La tradition orale des peuples autochtones pourrait s'avérer un instrument essentiel d'éducation et de compréhension entre diverses cultures. La question est de savoir quelle sera la nature de l'activité et dans quelle mesure, s'il en est, les processus et les mécanismes, par exemple, les cercles d'Aînés, le savoir traditionnel, sont utilisés pour s'assurer que l'interprétation de la culture est transmise de façon sensible qui reconnaisse les valeurs de l'éducation pour établir un lien entre les diverses cultures et créer une compréhension interculturelle.

Lorsque nous avons examiné l'appréciation que les touristes ont faite de la culture autochtone en Nouvelle-Zélande, trois perspectives sont ressorties : premièrement, les perceptions qu'ont les touristes de la culture hôte, deuxièmement, la mesure dans laquelle les touristes sont motivés sur le plan culturel et troisièmement, les expériences positives que les touristes tirent de la culture hôte (McIntosh, 2003). Les perceptions de la culture hôte peuvent être modelées par l'intérêt que cette culture suscite chez les touristes, par la connaissance qu'ils en ont et les images ou les impressions qu'ils en retiennent. En outre, Dann soutient que certaines variables, comme le caractère répétitif ou la connaissance qu'ont les touristes au préalable d'une culture hôte ont effectivement un certain rôle à jouer dans l'ouverture de certains types de touristes à la sensibilisation culturelle et au mode de vie[5]. Par exemple, les gestionnaires de parcs nationaux dans de nombreux pays du monde utilisent régulièrement l'interprétation comme technique de communication pour expliquer les liens intrinsèques qui existent entre les peuples et l'environnement. Cette méthode « d'enrichissement de l'apprentissage » est utilisée dans l'espoir de pouvoir atténuer les impacts culturels négatifs et de sensibiliser davantage les visiteurs aux autres cultures ou aux lieux importants et à les leur faire respecter. Les valeurs autochtones concernant le paysage ont été incluses dans des nominations au patrimoine mondial pour des régions comme Ulur-Kata Tjuta (Australie) et Tongariro (Nouvelle-Zélande). Les gestionnaires ont depuis incorporé les valeurs culturelles aux interprétations données aux visiteurs (Carr, 2004, p. 434).

---

[4] R. Butler et T. Hinch (éd.), *Tourism and indigenous peoples*, Londres, International Thomson Business Press, 1996, p. 5, tel que cité dans McIntosh, 2003.

[5] G. M. S. Dann, « De higher the monkey climb, de more 'e show 'e tail: tourists' knowledge of Barbadian culture », *Global tourism behaviour*, sous la direction de W. Husbands et M. Uysal, New York, The Haworth Press, 1994, p. 181-204, tel que cité dans McIntosh, 2003.

Au cours de l'examen des divers produits du tourisme culturel autochtone, les thèmes de l'interprétation, de l'authenticité, de la propriété intellectuelle, de l'éducation et de la protection des terres et du savoir traditionnels sont ressortis. Carr soutient qu'une « interprétation appropriée et authentique est réputée être un moyen de renforcer la compréhension interculturelle et d'améliorer la qualité de l'expérience touristique » [Traduction] (Carr, 2004).

Parmi les facteurs qui influent sur l'industrie du tourisme culturel, la compréhension interculturelle et la renaissance culturelle, mentionnons les lois et politiques gouvernementales, les comités, les actes de reconnaissance, le consentement, le partage des revenus, les ententes d'exploitation, l'authenticité, les compétences et la formation en gestion, l'appartenance, la propriété intellectuelle, l'identité ou le statut autochtone et les protocoles régissant le processus de consultation.

2.0 Méthodologie

La nécessité évidente de mieux comprendre les liens entre la culture, le patrimoine et le tourisme s'est soldée par la création d'une initiative fédérale-provinciale-territoriale (FPT) au sein de laquelle le Groupe de travail sur les cultures autochtones et le tourisme (GTCAT) a été créé. Le GTCAT a été mandaté pour faire de la recherche et concevoir les outils nécessaires qui renforceront les liens entre les intervenants des secteurs de la culture et du patrimoine autochtones et d'autres intervenants touristiques.

La recherche effectuée pour le présent rapport a été menée au nom du GTCAT pour examiner des études de cas internationales sur les expériences de tourisme culturel qui sont utilisées pour faciliter une plus grande sensibilisation aux réalités interculturelles. Les consultants ont effectué un examen exhaustif de la littérature et relevé un échantillonnage de stratégies et d'initiatives internationales en matière de tourisme culturel utilisé comme outil de sensibilisation aux réalités interculturelles. Les constatations ont permis de déterminer un certain nombre de défis et de possibilités qui sont conformes à l'industrie du tourisme culturel autochtone du Canada. La compilation de la recherche aidera le GTCAT et les principaux intervenants à établir un cadre de consultation des collectivités au sujet des produits touristiques et des organismes culturels de tout le Canada.

Les études de cas sur le tourisme culturel en Nouvelle-Zélande et en Australie ont été examinées plus en détail pour y repérer les approches et les stratégies appliquées avec succès ainsi que les préoccupations des exploitants hôtes dans les efforts qu'ils déploient pour utiliser le tourisme comme méthode de sensibilisation interculturelle. La recherche a révélé des pratiques exemplaires et des efforts infructueux de la part de diverses institutions et entreprises privées au sein de l'industrie touristique culturelle qui visent à « rebrancher » et à informer le grand public en créant un soutien structurel pour l'interprétation et la représentation authentiques de la culture. Bien que la recherche ait permis de repérer certains des principaux défis que doit relever le Canada et des pratiques exemplaires dans notre pays, les consultants ont déterminé que l'approche la plus efficace consisterait à élaborer un processus de consultation des collectivités et à déterminer les constatations principales de la recherche pour décrire comment le Canada réussit à utiliser le tourisme culturel comme outil d'éducation interculturelle.

3.0 Études de cas sur le tourisme culturel : Australie

L'Australie reconnaît que la contribution des Autochtones au tourisme revêt un sens différent de celle des exploitants et de l'industrie du tourisme grand public. Lorsque les peuples autochtones s'engagent dans des activités touristiques, celles-ci risquent d'avoir des incidences sur les droits ancestraux et les traditions anciennes des peuples autochtones, mais elles peuvent aussi contribuer à améliorer l'estime de soi de leurs jeunes grâce à la renaissance de leur culture et réconcilier la collectivité au sein de laquelle leurs enfants peuvent grandir.

Higgins-Desbiolles soutient que la contribution des Autochtones au tourisme contemporain doit être perçue dans le contexte des politiques et de l'histoire autochtones, et ajoute ceci : « Officiellement, l'idée d'explorer le tourisme comme source prometteuse de développement des collectivités autochtones a été énoncée dans le *Report of the Inquiry to Aboriginal Deaths in Custody* publié en 1991, rapport dans lequel on voyait le tourisme comme une source prometteuse d'estime de soi et d'avantages économiques » (2003b). [Traduction]

Ce rapport a été suivi de l'établissement de la National Aboriginal and Torres Straight Islander Tourism Industry Strategy (NATSITIS), qui reconnaissait à la collectivité le choix de s'impliquer dans l'industrie touristique, offrant ainsi un soutien structurel à l'autonomie économique et des politiques exhaustives sur le tourisme autochtone (Higgins-Desbiolles, 2003b). Bref, entre autres résultats avantageux découlant des rapports et des stratégies, mentionnons la création de comités de coordination culturelle, des ententes sur les biens, des actes de reconnaissance et une formation sur la sensibilité aux réalités culturelles destinée aux visiteurs qui viennent dans les collectivités autochtones. En Australie, l'idée d'utiliser le tourisme pour raccommoder des relations difficiles entre les Autochtones et le grand public a été qualifiée de « tourisme de réconciliation ».

3.1 Tourisme de réconciliation et marketing

Parmi les initiatives récentes menées en Australie qui contribuent au tourisme de réconciliation, mentionnons une vague de guides touristiques sur l'Australie autochtone, des festivals et des événements qui mettent l'accent sur la réconciliation et les entreprises touristiques comme Camp Coorong, qui poursuit le travail de suppression des obstacles entre les Australiens autochtones et non autochtones. Cette approche est particulière en ce sens qu'elle porte sur la culture et le patrimoine des peuples autochtones au sein du pays hôte, en même temps qu'elle cible à la fois le marché intérieur et le marché international (Higgins-Desbiolles, 2003b).

Récemment, diverses publications mises sur le marché des guides touristiques portent exclusivement sur la réconciliation par la voie du tourisme, y compris celle de Paul Kaufman intitulée *Traveling Aboriginal Australia: Discovery and Reconciliation,* qui inclut des renseignements sur le mouvement de réconciliation, et l'ouvrage *Always Ask – Guidelines for Visitors to Indigenous Communities*, par Mic Dodson, qui donne une description des endroits à visiter selon les régions géographiques de l'Australie et la façon d'aborder avec respect les communautés décrites (Higgins-Desbiolles, 2003b).

La réconciliation est également le thème de nombreux festivals et événements importants qui ont lieu en Australie. Le *Festival of the Dreaming* est un exemple d'un événement axé sur le thème de la réconciliation. Ce festival a accordé une place d'importance aux cultures autochtones, dans le dessein d'avoir des incidences à long terme sur la demande internationale

concernant les expériences autochtones qui pourraient ensuite se répercuter sur le marché intérieur (Higgins-Desbiolles, 2003b).

Lonely Planet, l'un des éditeurs les plus importants du monde des guides touristiques, a produit un guide intitulé *Aboriginal Australia and the Torres Strait Islands: Guide to Indigenous Australia*. Ce guide de plus de 400 pages offre d'abord au lecteur un aperçu exhaustif des enjeux importants concernant l'Australie autochtone et ensuite un guide de voyage détaillé par région géographique. Mais plus important encore, ce guide a été produit dans un esprit de réconciliation, car il a fallu environ trois ans pour le produire, pour trouver des rédacteurs autochtones, leur fournir du perfectionnement professionnel et ensuite consulter les Aînés appropriés desdits endroits avant de recevoir l'approbation finale des leaders autochtones Mic Dodson et Les Ahoy (Higgins-Desbiolles, 2003b).

3.2 Parc culturel autochtone Tjapukai dans la région nord du Queensland

À ce parc autochtone culturel dans le nord du Queensland, en Australie, les membres de la communauté djabugay participent à la représentation et la présentation de leur patrimoine culturel à un grand nombre de touristes nationaux et internationaux. « Le parc de 25 acres, qui s'est développé à partir du Tjapukai Dance Theatre situé originellement à Kuranda, présente la culture djabugay en passant par un musée, l'histoire, la création et des compagnies de danse; on y offre également un camp traditionnel et un magasin qui comprend une galerie d'art » [Traduction] (Dyer et autres, 2003).

Lorsque le peuple djabugay s'est rendu compte que le nouveau parc allait présenter sa culture à une plus grande échelle que ne le faisait le Tjapukai Dance Theatre, on a voulu s'assurer que le peuple djabugay profiterait de cette initiative, sur les plans économique et social, sans être exploité. Une entente a été négociée et signée entre le peuple djabugay et d'autres intervenants du parc (Dyer et autres, 2003).

Pratiques exemplaires

Pour éviter l'exploitation de la culture djabugay, une entente a été mise en œuvre précisément pour établir le Comité de coordination de la culture djabugay (CCCD) afin d'assurer la pertinence et l'authenticité culturelles. Le Comité a également été créé pour s'assurer que les Djabugays seraient propriétaires d'au moins 50 % du parc et qu'ils profiteraient économiquement de la présentation de leur culture basée sur des détails prévus dans l'entente (Dyer et autres, 2003).

Il fallait prévoir les modalités de réciprocité, les calendriers et les impondérables afin que la propriété culturelle et intellectuelle demeure aux mains et sous le contrôle des propriétaires de plein droit. En bout de ligne, il est dans l'intérêt des propriétaires et des gestionnaires de favoriser une culture qui soit source de recettes commerciales (Dyer et autres, 2003).

Les auteurs de l'étude ont indiqué que les gestionnaires du parc devaient reconnaître les processus décisionnels autochtones et l'expertise culturelle de leurs employés djabugays et, en retour, les employés djabugays devaient reconnaître l'expertise des gestionnaires dans le domaine des affaires. L'exigence de la direction demandant aux Djabugays de mener leurs activités culturelles de façon inappropriée est venue alimenter les inquiétudes des Djabugays voulant que leur culture soit modifiée pour répondre aux attentes des touristes.

Malgré leurs inquiétudes au sujet d'un manque de contrôle quant au moment et à la façon de représenter leur culture dans le parc, les employés djabugays se sont enorgueillis de présenter leur culture aux autres et ont savouré cette expérience. À leurs yeux, l'interaction interculturelle entre eux et les touristes était un moyen d'atténuer les impressions de stéréotypes, améliorant ainsi la compréhension de leur culture et de leur communauté. Même s'ils ont été troublés par la représentation inexacte de leur culture, ils estimaient que le fonctionnement du parc avait instauré une certaine fierté et provoqué un intérêt renouvelé pour la renaissance culturelle.

Obstacles et solutions

Les danseurs djabugays se perçoivent « comme des ambassadeurs du peuple [et] ... n'estiment pas que leur danse pour le Tjapukai Theatre est simplement un emploi comme un autre » [Traduction], suscitant ainsi un conflit entre leurs valeurs culturelles traditionnelles et une éthique du travail occidentalisée (Dyer et autres, 2003).

En Australie, un emploi sur le marché ordinaire suppose que les gens sont alphabétisés et connaissent l'anglais, qu'ils possèdent d'importantes habiletés de communication et qu'ils adoptent des styles culturels qui sont difficilement réalisables pour les peuples autochtones ou dont ils ne veulent tout simplement pas. L'anglais parlé par le peuple djabugay va de l'anglais standard à l'anglais autochtone, ce qui peut créer des malentendus entre l'employeur, l'employé et le touriste. Depuis, on favorise la formation pour régler les problèmes de différences interculturelles évidentes qui se soldent par une plus grande sensibilisation aux réalités interculturelles et un plus grand recrutement d'Autochtones dans des postes permanents pour divers types d'emplois, selon leurs besoins (Dyer et autres, 2003).

Même si un Djabugay a prétendu que la présence djabugay au parc devrait être à tous les niveaux, la recherche a révélé que le problème n'était pas spécifiquement abordé dans l'entente. Les tentatives pour obtenir des avantages pour les Djabugays ont été faites avant la création du parc au moyen de l'entente. Régnait également une incertitude quant à la nature réelle de l'actif des Djabugays. L'entente sur le parc précise que la communauté djabugay peut acquérir 100 % de l'actif du parc « sur une période convenue et à une juste valeur marchande » [Traduction], mais aucun calendrier n'a été précisé, et le peuple djabugay n'a ni les moyens ni les ressources nécessaires pour acheter des actions; par conséquent, ces gens demeurent des actionnaires minoritaires. En outre, le peuple djabugay n'a ni le pouvoir ni l'influence nécessaires dans le parc en raison de sa situation d'actionnaire minoritaire, de ses pouvoirs de vote minimes et de l'absence de représentation au sein des employés et de la direction. (Dyer et autres, 2003).

Règne également une certaine confusion au sujet de l'identité djabugay en raison des distinctions entre les communautés autochtones djabugays et non djabugays et même entre le peuple djabugay traditionnel et contemporain. Cette situation a créé un problème quant au nombre de Djabugays qui pouvaient participer aux activités du parc. Altman soutient que la viabilité culturelle est tributaire du contrôle des Autochtones. Il est donc impératif que les communautés autochtones ne renoncent à aucun de leurs droits à la propriété intellectuelle ni à leurs traditions culturelles. Par conséquent, selon lui, de nombreux Autochtones veulent tout à la fois tirer des gains financiers du tourisme autochtone et réduire au minimum les coûts

socioculturels, mais la progression économique des peuples autochtones est limitée faute de propriété ou de représentation majoritaire directe[6].

Actuellement, la communauté djabugay n'est pas un partenaire à part égale dans le parc, aussi ne contrôle-t-elle pas pleinement la présentation de sa culture pour fins de consommation touristique pas plus qu'elle n'en tire profit d'ailleurs. Ce problème d'identité est complexe et particulièrement difficile tant pour la direction du parc que pour la communauté djabugay dans ce contexte. Quiconque participe à des initiatives touristiques interculturelles doit être conscient de ce problème et de ses répercussions sur les générations actuelles et futures, ce qui exige un engagement véritable à l'égard de négociations et de consultations continues qui reconnaissent les attitudes et les processus décisionnels différents (Dyer et autres2003).

3.3 Lancement de l'Année internationale de l'écotourisme en 2002

L'objectif

Les Nations Unies ont désigné l'année 2002 Année internationale de l'écotourisme, pour souligner le potentiel qu'offre l'écotourisme au développement économique et à la conservation de l'environnement. L'Ecotourism Association of Australia et le Commonwealth Department of Tourism ont été chargés de l'initiative de l'Année internationale du tourisme en Australie, en collaboration avec la South Australian Tourism Commission (SATC), Aboriginal Tourism Australia et le Tourism Task Force comme organismes de soutien. La SATC a choisi Godfrey's Landing dans la région autochtone de Coorong, plus précisément dans le parc national de Coorong, comme endroit pour montrer ce qu'est un écotourisme axé sur la nature (Higgins-Desbiolles, 2003b).

Obstacles et solutions

Les peuples ngarrindjeris, entre autres, ont soulevé des inquiétudes notamment quant à l'exclusion des peuples autochtones de la consultation sur la planification et la réalisation de l'événement. Même si les Ngarrindjeris ont été reconnus dans la brochure touristique et les documents de planification comme les propriétaires traditionnels des terres, et qu'il y est souvent fait mention de consultations avec eux, ils n'ont pas été consultés. Durant les étapes de la planification, les Ngarrindjeris ont été seulement invités à faire un accueil traditionnel et à effectuer certaines danses traditionnelles. Ce manque de sensibilité culturelle était décourageant et a offensé les leaders de la communauté ngarrindjeri. Ceux-ci ont été capables d'exprimer, de façon diplomatique, leurs préoccupations et leurs attentes à l'égard des protocoles culturels. Tout compte fait, ils ont accepté de participer, favorisant ainsi davantage l'écotourisme sur leurs terres. Les problèmes et les préoccupations des Ngarrindjeris englobent non seulement les avantages économiques, mais portent également sur les valeurs traditionnelles, leur culture et leur survie (Higgins-Desbiolles, 2003b).

3.4 Camp Coorong : Centre d'éducation culturelle et de relations raciales

Depuis sa participation aux activités touristiques dans les années 1990, Camp Coorong est cité comme étant l'une des cinq initiatives touristiques autochtones les plus réussies en Australie, et

[6] J. Altman, « Tourism dilemmas for aboriginal Australians », *Annals of Tourism Research*, 16, 4 (1989), 18, tel que décrit dans Dyer et autres, 2003.

a reçu plusieurs prix touristiques au niveau des États et à l'échelle nationale. Les visiteurs sont des touristes locaux, de l'État et du pays qui forment le marché intérieur, de même que des visiteurs de l'étranger provenant de 45 pays (Higgins-Desbiolles, 2003b).

L'objectif

Le Centre d'éducation culturelle et de relations raciales de Camp Coorong a été créé en 1985 pour que les enfants des écoles du Sud de l'Australie puissent avoir un endroit où aller pour se renseigner sur la culture et l'histoire des Ngarrindjeris. L'objectif à long terme de cette initiative est de contribuer à la réconciliation entre les Australiens autochtones et non autochtones. Cependant, Camp Coorong a depuis élargi son rayonnement pour servir diverses clientèles, y compris des étudiants, des groupes environnementaux, des groupes de réconciliation, une organisation non gouvernementale et des touristes (Higgins-Desbiolles, 2003b).

Pratiques exemplaires

Bien que Camp Coorong offre de nombreux avantages économiques, comme de l'emploi et du perfectionnement professionnel, par le biais du tourisme, il est principalement motivé par la réconciliation, la renaissance et le maintien de la culture et un avenir positif pour les jeunes Ngarrindjeris. On y parvient en offrant, outre les services touristiques et de logement habituels, une connaissance intime de l'histoire des Ngarrindjeris qui, sans être menaçante, demeure néanmoins mystérieuse, des valeurs culturelles et des traditions à l'aide de promenades à pied dans la brousse, de visites au Keeping Place (musée culturel), d'ateliers de tissage de paniers et de visites guidées au pays des Ngarrindjeris (Higgins-Desbiolles, 2003b).

Les récits des Ngarrindjeris font état de l'exclusion sociale de ce peuple et d'autres peuples autochtones, ainsi que de la dégradation de l'environnement aux mains des groupes humains; ils lancent également un appel aux visiteurs pour qu'ils appuient des modes de vie plus harmonieux et durables. Pour les Ngarrindjeris, le programme de visite le plus important est celui des groupes autochtones y compris des membres de la communauté ngarrindjeri qui y viennent pour rétablir le lien avec leur culture et leur pays. Des groupes autochtones de l'Australie et des peuples autochtones du monde entier y viennent pour connaître et partager leurs expériences, permettant ainsi d'établir des réseaux internationaux (Higgins-Desbiolles, 2003b).

L'objectif de Camp Coorong n'est pas « de faire grandir » l'entreprise ni d'accroître les profits comme les autres le font. On peut dire que Camp Coorong refuse de se plier aux impératifs de la mondialisation des marchés. En outre, en cherchant à obtenir la réconciliation et à créer des réseaux internationaux grâce à leurs activités à Camp Coorong, les efforts des Ngarrindjeris ont été décrits comme favorisant le tourisme et la mondialisation pour ses propres fins et, partant, figurent sur le Web au nombre des sites des « nouveaux contre-mouvements » (Higgins-Desbiolles, 2003b).

Obstacles et solutions

Les engagements de la collectivité ont préséance sur les réservations touristiques, si bien que Camp Coorong ne respecte pas les critères de « fiabilité » des exploitants touristiques conventionnels (Higgins-Desbiolles, 2003b).

Pour le peuple ngarrindjeri d'Australie, la terre n'est pas une ressource, ni un lotissement immobilier désigné à des fins de zonage récréatif. Cet enseignement traditionnel pris en

compte, la valeur des relations entre les intervenants et les peuples autochtones est une facette importante de la création des produits de patrimoine culturel. La théorie des intervenants implique que des entreprises ont des responsabilités à l'égard des membres d'une société et qu'elles doivent établir des relations responsables avec les entités touchées par leurs activités. Cette théorie est apparente dans les bases que se sont données la SATC, les National Parks and Wildlife South Australia, différents organismes gouvernementaux, des associations professionnelles et d'autres entités. Cependant, cette technique ne donne qu'une illusion de pouvoir pour la communauté ngarrindjeri. Comme l'a déclaré l'Aîné ngarrindjeri Tom Trevorrow :

> Nous ne sommes pas des intervenants. Nous sommes le peuple autochtone de cette terre. J'aimerais bien que nous soyons perçus comme des gardiens autochtones et non comme des intervenants. Ne nous mettez donc pas dans la catégorie des BP Roadhouse, des parcs de caravanes, des motels ou des voyagistes. Placez-nous dans la catégorie des gardiens, des peuples autochtones, parce que nous misons gros ici, nous avons notre culture et notre patrimoine qui est la terre, l'eau, les arbres, les oiseaux et les animaux. Nous n'entrevoyons pas la terre avec l'idée de faire de l'argent, de la même façon que les autres la perçoivent... Je crois que dans le rapport sur les résultats, nous étions toujours décrits comme des intervenants. On ne nous a pas donné une reconnaissance pleine et entière et si nous avions participé à la conception de ce plan, nous aurions dit : « Ou bien vous nous inscrivez comme gardiens de la terre, ou bien vous ne parlez pas du tout de nous[7]. » [Traduction]

La déclaration de Tom Trevorrow indique que pour éviter les répercussions négatives pendant et après l'élaboration de produits du patrimoine culturel, les consultations qui ont lieu entre les intervenants de l'industrie doivent demeurer sensibles aux réalités culturelles, et se refléter dans des ententes d'exploitation partagée et de partenariat qui les honorent véritablement comme étant les gardiens de leur propre terre et de leur culture.

4.0 Études de cas sur le tourisme culturel : Nouvelle-Zélande

La recherche sur la contribution des Autochtones de Nouvelle-Zélande au tourisme a été tirée d'un ouvrage intitulé « Tourists' appreciation of Maori culture in New Zealand », rédigé par Alison J. McIntosh, lequel explore la nature de la demande d'expériences touristiques autochtones en prêtant particulièrement attention à l'appréciation de la culture autochtone qu'en retirent les touristes. La recherche a porté sur des entrevues détaillées avec des touristes visitant la Nouvelle-Zélande pour examiner leurs motivations, leurs perceptions et leurs expériences de la culture maorie tant avant qu'après leur expérience touristique. Les principaux éléments du développement et du marketing du tourisme autochtone en Nouvelle-Zélande sont les suivants : l'authenticité des produits, le consentement des Maoris, l'utilisation d'outils de gestion, l'interprétation et l'interaction entre les touristes et les expériences culturelles, qui reposent toutes sur des politiques, et sont assorties d'activités mises en œuvre par le ministère de la Conservation.

[7] D.A. Thomsen, « Care or Control? Ngarrindjeri participation in natural resource planning », Adelaide, University of Adelaide, thèse non publiée, 2001, p. 115, tel que décrit dans Higgins-Desbiolles, 2003a.

Le fondement politique de la culture autochtone en Nouvelle-Zélande est le « Traité de Waitangi », signé par des représentants des tribus maories et le gouvernement britannique en 1840. Les demandes présentées au tribunal Waitangi reposent sur des griefs qui ont obligé le gouvernement à retourner des terres, à accorder une indemnisation financière ou à instiguer des processus comme le rétablissement des toponymes maoris. Ces revendications sont appuyées par de nombreux Maoris pour qui ces toponymes représentent des liens traditionnels avec la terre. Un acte de reconnaissance entre les Maoris et les gestionnaires du parc, et un *Topuni* (ensemble réglementaire de valeurs et d'associations) pour le Aoraki/Mount Cook a été établi à la suite de la loi de 1988, la Ngai Tahu Cairns Settlement Act, qui s'est avérée un catalyseur pour la reconnaissance et la compréhension de la culture et des traditions maories, faisant ainsi progresser le tourisme culturel en Nouvelle-Zélande (Carr, 2004, p. 433).

Objectif

« En général, les Maoris sont impliqués depuis très longtemps dans le tourisme néo-zélandais. » Leur implication s'exprime sous forme de spectacles, d'arts et d'artisanat, de présentations de taonga, d'interprétation culturelle et d'activités d'hébergement, indiquant en cela que l'implication des Maoris est importante pour le tourisme en Nouvelle-Zélande [Traduction] (McIntosh, 2003).

Pratiques exemplaires

« Le tourisme est perçu comme une source majeure de croissance économique potentielle et d'indépendance pour les peuples autochtones en Nouvelle-Zélande. On en veut pour exemple l'importance accrue accordée par la politique gouvernementale visant à accroître le niveau de participation des Autochtones à l'industrie touristique et à la recherche d'options de développement » [Traduction] (McIntosh, 2003).

Les guides, comme ceux de Lonely Planet, le cinéma et la télévision sont les sources les plus souvent citées de sensibilisation à la culture maorie. Parmi les autres sources, mentionnons l'association de la Nouvelle-Zélande au rugby, les discussions avec des amis, des parents ou d'autres touristes, ou l'apprentissage sur la culture maorie à l'école (McIntosh, 2004). Certains éléments indiquent que les touristes sont les plus intéressés par les points de différence culturelle comme l'histoire maorie et le mode de vie contemporain ainsi que par les aspects visuels de la culture maorie comme les danses/*haka,* les arts, l'artisanat et le *hangi.* Dans l'ensemble, ces attractions constituent les produits traditionnels ou les expériences de la culture maorie présentées sur scène (McIntosh, 2004).

Obstacles et solutions

Selon McIntosh, les touristes qui se rendent en Nouvelle-Zélande sont à la recherche d'une expérience plus proche des aspects plus traditionnels de la culture maorie qui les différencient des autres cultures (McIntosh, 2004). L'authenticité ou une expérience qui n'est « pas artificielle » ont aussi été considérées comme un aspect important de l'expérience de la culture maorie (McIntosh, 2004).

Certains touristes, en réponse à des enquêtes menées sur leurs expériences de la culture maorie, indiquent qu'ils auraient aimé voir l'expérience de tourisme maori davantage comme un moyen d'éducation sur les peuples autochtones de la Nouvelle-Zélande. « On a l'impression

d'apprendre davantage sur la culture parce que les Maoris nous l'enseignent. » « Parce que c'est la véritable façon d'apprendre à les connaître » [Traduction] (McIntosh, 2004).

Dans le contexte de l'interaction touristique, des études précédentes des opinions de touristes sur le tourisme autochtone renferment des preuves de plus en plus nombreuses que les touristes insistent pour avoir un contact direct avec les peuples autochtones et veulent les rencontrer de façon réelle. « L'interaction avec le peuple maori est des plus importantes parce que c'est la seule façon de connaître leur culture, d'avoir une interaction avec cette culture » [Traduction] (McIntosh, 2004).

Quand on les a interrogés plus en détail sur ce qu'ils entendaient par une « expérience authentique », les répondants ont exprimé le désir de « participer personnellement à l'expérience; d'entrer en contact avec la culture dans son habitat naturel; d'apprécier des valeurs originales et de faire l'expérience de la vie quotidienne; ils préféraient avoir un "contact imprévu" avec le peuple maori » (McIntosh, 2004). En outre, les répondants ont indiqué qu'il était important pour eux d'avoir le point de vue ou l'interprétation des Maoris lors des visites guidées, et que ce point de vue soit « authentique » et donné par un Maori, ce qui contrasterait avec une visite dans un musée où l'on n'assiste pas à un récit direct de la tradition par un membre de la société autochtone (McIntosh, 2004).

Bien que les produits de tourisme culturel authentiques indiqués ci-dessus puissent attirer un plus grand nombre de visiteurs dans les destinations touristiques autochtones, Ryan et Huyton soutiennent que cette stratégie pourrait mener à la simplification de la culture autochtone et risquerait de faire perdre au peuple maori le contrôle du tourisme autochtone[8]. « Des expériences culturelles moins officiellement structurées ou moins organisées qui permettent à la fois au touriste et à l'hôte de communiquer et d'interagir de façon significative, dans ce que l'on pourrait qualifier d'« échange de sincérité », pourraient constituer l'option de développement la plus appropriée pour les Autochtones, faisant en sorte que les contacts touristiques soient mutuellement avantageux et pour l'hôte et pour le touriste » [Traduction] (McIntosh, 2004).

4.1 Le parc national Aoriki/Mount Cook

La recherche effectuée sur le parc national Aoriki/Mount Cook par Anna Carr donne un aperçu de la façon dont l'interprétation des parcs nationaux en Nouvelle-Zélande incorpore le point de vue des Maoris en ce qui a trait aux paysages culturels. Depuis 1987, lorsque le ministère de la Conservation a été créé, les documents d'interprétation contenant l'information sur les relations entre les groupes tribaux maoris (*iwi*) et les secteurs naturels se sont accumulés. Le Ministère a contribué à s'assurer que l'interprétation de la culture maorie est transmise en donnant le point de vue des Maoris et que les valeurs culturelles sont exactes et autorisées par les membres *iwi* (Carr, 2004).

Objectif

Les valeurs naturelles de la région sont l'une des raisons pour lesquelles le parc national Aoraki/Mount Cook a été désigné parc national (Carr, 2004). Le parc a été créé en 1953, et est constitué de 70 000 hectares de terrain alpin et érodé par la glaciation; cette qualité panoramique en fait l'une des destinations les plus populaires dans l'île du Sud de la Nouvelle-

[8] Ryan, C. et Huyton, J, « Tourists and Aboriginal people », *Annals of Tourism Research*, 29, 3, p. 631-647 tel que décrit dans McIntosh, 2004.

Zélande. Le parc reçoit environ 300 000 visiteurs par année. Au parc national Aoriki/Mount Cook, le personnel du ministère de la Conservation vise 1) à mieux faire comprendre aux visiteurs les relations qu'entretiennent les Maoris avec la terre et 2) à orienter la démarche du visiteur suivant sa destination (Carr, 2004).

Pratiques exemplaires

Depuis le milieu des années 1990, le ministère de la Conservation a encouragé la participation active des groupes *iwi* locaux à toutes les étapes du processus d'interprétation, de la planification initiale à la prestation même de l'information. Le personnel du Ministère et certains concessionnaires touristiques ont entrepris des consultations auprès des représentants *iwi* intéressés pour obtenir leur consentement et s'assurer que toute information culturelle transmise était exacte et pertinente à la région géographique en cause avant de la transmettre (Carr, 2004).

Dans l'acte de reconnaissance, les gestionnaires des terres et d'autres ont la responsabilité de consulter les Ngai Tahu sur l'utilisation de la région Topuni. Par conséquent, la consultation s'est avérée une étape essentielle dans la production de documents d'interprétation susceptibles d'avoir une incidence sur la *mana* (c.-à-d. sur le pouvoir ou prestige) des Ngai Tahu. Des protocoles ont depuis été mis au point pour orienter la direction du Ministère responsable de la *taonga* (choses de valeur), la *mahika kai* et des ressources historiques pour l'information des visiteurs et du public concernant les Ngai Tahu (Carr, 2004).

Un *Topuni*, ou ensemble réglementaire de valeurs et d'associations pour le parc Aoraki/Mount Cook a été établi à la suite de l'adoption en 1988 de la Ngai Tahu Cairns Settlement Act pour améliorer la *mana* des *iwi* et veiller à ce qu'ils puissent participer aux décisions de gestion. Le *Topuni* inclut :

- un énoncé des valeurs Ngai Tahu en relation avec la région;
- un ensemble de principes visant à s'assurer que le Ministère évite de contrecarrer ou de diminuer ces valeurs;
- des mesures précises que le directeur général de la Conservation a accepté d'appliquer pour donner effet à ce principe (Carr, 2004).

Obstacles et solutions

La façon de déterminer quelle information peut être donnée au public est toujours sujet de préoccupation pour le peuple maori. La contestation de traités alimente le débat chez les groupes *iwi* d'opposition pour qui l'aspect patrimonial *iwi* peut être transmis aux visiteurs (Carr, 2004).

Avant de se rendre au parc Aoraki/Mount Cook, les visiteurs peuvent avoir accès à un nombre limité de renseignements sur le patrimoine culturel ou les relations spéciales qu'entretiennent les Ngai Tahu avec la montagne. Depuis le milieu des années 1990, plusieurs guides de voyage parlent de l'importance culturelle de la montagne, mais sans entrer dans le détail. Un kiosque situé dans le parc au lac Pukaki est un exemple de l'interprétation culturelle restreinte qu'on en donne (Carr, 2004).

5.0 Études de cas sur le tourisme culturel : Canada

Les communautés autochtones de partout au Canada s'intéressent de plus en plus au développement touristique comme moyen de consolider des intérêts financiers et d'assurer une revitalisation culturelle. Malgré les avantages évidents, la participation à l'industrie touristique soulève des enjeux et des préoccupations pour les collectivités autochtones, qui vont des avantages socio-économiques et culturels aux préoccupations concernant la conservation et le respect des valeurs traditionnelles, en passant par l'authenticité et les répercussions sur les générations futures, pour ne nommer que celles-là. L'augmentation marquée du tourisme a amené de nombreuses collectivités autochtones à demander de l'aide pour élaborer des stratégies qui leur donneront les pouvoirs nécessaires pour maîtriser et soutenir la renaissance culturelle autochtone, la viabilité et la sensibilité interculturelles ainsi que la possibilité d'établir des liens entre les peuples autochtones et le public non autochtone.

Au cours de la recherche, nous nous sommes rendu compte que les Canadiens peuvent partager leurs propres pratiques exemplaires tout en faisant connaître leur culture à d'autres Canadiens de façon à ce que cela renforce les liens interculturels par le biais d'expériences touristiques. Cependant, plutôt que d'offrir une vision limitée de la contribution du Canada à l'éducation interculturelle par la voie du tourisme à l'aide de recherches secondaires, les consultants ont estimé qu'il était prudent d'attendre la fin de la recherche primaire effectuée au moyen de consultations avec les communautés. Ils ont confiance que ce travail de rayonnement fera ressortir des études de cas, des pratiques exemplaires, des obstacles et des solutions qui nous permettront de raconter l'histoire de la contribution du tourisme autochtone à l'établissement de relations entre les communautés autochtones et le reste du Canada. Néanmoins, afin de structurer certaines des questions pour la consultation des collectivités, on a recensé les défis les plus communs découverts à l'aide de la recherche pour mieux établir les pratiques exemplaires et orienter la discussion sur ces sujets.

5.1 Défis auxquels fait face l'industrie canadienne du tourisme culturel autochtone

✧ Soutien et consultation de la collectivité

Toutes les entreprises touristiques autochtones doivent tenir compte des répercussions qu'elles auront sur la collectivité dont la culture est représentée, qu'il s'agisse d'une entreprise privée ou d'une entreprise communautaire. Mitchell Karhakeron Diabo note que le tourisme culturel autochtone cherche à établir un équilibre entre deux forces opposées : l'intégrité culturelle et la préservation versus la commercialisation de la culture. Ce paradoxe des forces contradictoires exige que l'engagement des communautés autochtones dans le secteur touristique se fasse selon leurs propres modalités et à leur propre rythme, puisque c'est leur propre existence comme peuple distinct qui est en jeu. Selon lui, cet esprit et cette intention peuvent ancrer les approches communautaires pour développer le secteur touristique autochtone, plus particulièrement dans les cas où la culture est en cause.

✧ Déterminer les frontières des collectivités

Tous les rapports indiquent que l'une des étapes les plus importantes pour assurer la viabilité à long terme de l'industrie tout en ayant le moins d'incidences possible sur la collectivité et la culture en question est de déterminer à l'avance ce que chaque communauté est prête à

montrer aux visiteurs. L'auteur est d'avis qu'il faut protéger ce qui est sacré. Une réunion communautaire, organisée par le centre culturel ou le bureau de la bande, peut faire ressortir des préoccupations. Si la collectivité locale est fortement opposée à faire connaître un site sacré au public, ou ne se sent pas à l'aise avec l'idée que des touristes se promènent dans le village, il faut que cela soit discuté dès le début. L'établissement d'un plan visant à protéger certains sites patrimoniaux, ou à restreindre l'accès à certains éléments de la collectivité, apaisera les craintes des membres qui s'inquiètent. Bien sûr, chez les communautés autochtones du Canada, la consultation doit inclure les « gardiens de notre culture », c'est-à-dire les Aînés, afin que les générations futures puissent en profiter.

✧ **Absence perçue de qualité et manque de sensibilisation du marché**

Les intermédiaires du domaine touristique sont l'objet d'une demande énorme pour des expériences touristiques autochtones, mais à peine savent-ils si elles sont disponibles ou si elles respectent les normes internationales. Il y a également une absence perçue de fiabilité et d'uniformité, particulièrement quand il s'agit d'effectuer une planification à l'avance et de prévoir l'engagement à long terme des fournisseurs (Notzke, 2004).

✧ **Question de propriété ou de contenu autochtone**

Depuis les années 1990, le débat se poursuit sur le tourisme autochtone car de nombreuses collectivités maintiennent catégoriquement que le concept du « tourisme autochtone » ne doit être utilisé que pour désigner uniquement les initiatives touristiques caractérisées par la prise en charge et le contrôle autochtones. Ces initiatives peuvent ou non faire état d'un sentiment d'appartenance et d'un contexte culturel qui peuvent leur conférer un avantage concurrentiel (Notzke, 2004).

✧ **Cibles principales des collectivités**

Toutes les « réserves » ont leurs propres institutions culturelles et une façon bien à elles de se rattacher à leurs communautés, comme le Peigan's Oldman River Cultural Centre et le Blood Tribe's Ninastako Cultural Centre, dont le mandat est d'assurer la préservation du patrimoine tribal. Cependant, la plupart du temps, les institutions mettent l'accent sur deux choses – le renouvellement culturel de la communauté autochtone et la transmission de cette culture au grand public (Notzke, 2004).

✧ **Politiques sociales au sein de la collectivité**

L'histoire des peuples autochtones au Canada est un facteur important qui détermine l'environnement social et politique du tourisme. Dans le cas des régions de l'Alberta signataires du Traité n° 7, l'environnement est complexe et n'offre pas en général le soutien au développement communautaire ou individuel dans le domaine du tourisme. (Notzke, 2004)

✧ **Mauvaise représentation de la culture (authenticité)**

La mauvaise compréhension de la culture indigène par les touristes, qui porte à confondre les événements sociaux et les pratiques religieuses, est un autre obstacle qu'il faut vaincre au Canada. Les événements et les festivals comme les pow wows sont devenus un événement social. Par contre, les pratiques religieuses traditionnelles comme la danse du soleil sont des événements restreints aux membres de la tribu. Par conséquent, le touriste interprète mal la culture autochtone (Notzke, 2004).

✧ Fonctionnement interne, capacité et compétences

Les artisans et les producteurs d'artisanat autochtones font face à de nombreux problèmes comme la « capacité restreinte de trouver des matières brutes traditionnelles, l'absence de compétences en gestion financière et administrative, en finances et en marketing, la sensibilisation du marché sur le genre d'efforts nécessaires pour produire certains articles et la concurrence avec les souvenirs « de type autochtone » fabriqués en série. Le problème le plus grave est celui du défi qui consiste à créer des formes contemporaines de design traditionnel et, ce faisant, la capacité de résister à la tentation d'adopter les stéréotypes de l'extérieur pour réaliser des gains financiers » [Traduction] (Notzke, 2004).

Certaines exploitations comme le Chief Chinki Restaurant and Arts and Craft Centre, le Nakoda Guest Lodge and Conference et le Stoney Indian Park (terrain de camping) font ressortir des problèmes internes de fonctionnement comme le manque de préparation des sites, un marketing et une promotion mal ciblés et des sites qui sont, dans certains cas, exploités bien en deçà de leur capacité. D'autres installations existent depuis des décennies, elles sont peu connues, sinon des gens de l'intérieur (Notzke, 2004). De nombreuses entreprises touristiques autochtones de tout le Canada font état de problèmes semblables en matière de gestion et de fonctionnement interne qui tournent autour des ressources humaines, du marketing, de la formation et de la capacité du tourisme communautaire.

RAPPORT D'ENQUÊTE

1.0 Aperçu du projet

La nécessité de mieux comprendre les liens qui existent entre la culture et le patrimoine d'une part, et le tourisme d'autre part, a donné lieu à la création d'une initiative fédérale-provinciale-territoriale au sein de laquelle le Groupe de travail sur les cultures autochtones et le tourisme (GTCAT) a vu le jour. Le Groupe de travail a été créé pour effectuer de la recherche et concevoir les outils nécessaires pour renforcer les liens entre la culture autochtone et les secteurs patrimoniaux et d'autres intervenants touristiques.

La recherche initiale entreprise à la phase 1 du projet consistait d'abord à examiner des études de cas internationales afin de voir sous un angle plus large les relations entre le tourisme et les communautés autochtones de la Nouvelle-Zélande, de l'Australie et du Canada, même si au Canada, la recherche était restreinte. Les études de cas ont permis de déceler des approches et des stratégies menées avec succès et des préoccupations de la part des exploitants et des collectivités hôtes dans les efforts déployés pour utiliser le tourisme comme moyen de sensibilisation interculturelle. La recherche a également révélé des pratiques exemplaires et des défis au sein de l'industrie du tourisme culturel dans les efforts qu'elle déploie pour se rapprocher du public et l'informer en faisant appel à une interprétation authentique de la culture. Même si certains des principaux défis et des pratiques exemplaires ont été décelés dans la recherche pour le Canada, les consultants ont déterminé que l'approche la plus efficace consisterait à concevoir un processus de consultation communautaire.

Afin d'avoir une meilleure idée de ces enjeux, une enquête nationale sur les expériences de tourisme culturel autochtone a été lancée dans le cadre de la deuxième phase du présent projet.

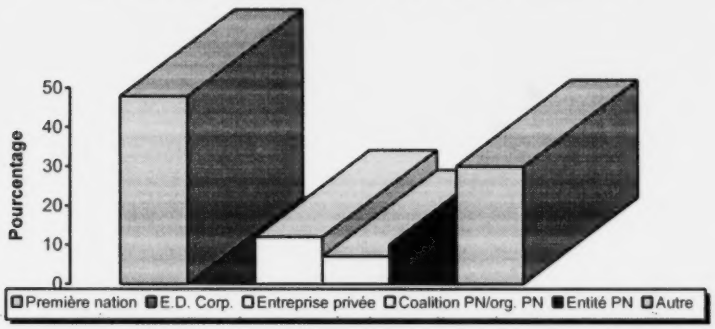
2.0 Méthodologie

L'enquête nationale visait à faire connaître les approches et les stratégies menées avec succès ainsi que les préoccupations des leaders de l'industrie du tourisme culturel autochtone dans la poursuite de leurs efforts pour utiliser le tourisme comme méthode de sensibilisation interculturelle au Canada. Une première liste de 120 initiatives de tourisme culturel autochtone dans tout le Canada a été élaborée pour former la base de l'enquête. La base de données initiale incluait une vaste gamme de secteurs touristiques culturels autochtones allant des entreprises privées aux organisations non gouvernementales représentées dans toutes les régions du Canada, en passant par les centres culturels sans but lucratif et les initiatives gouvernementales.

Sur une période de 12 semaines, les consultants ont réussi à mener l'enquête auprès de 60 répondants, en tâchant d'assurer une représentation des quatre régions et des divers secteurs qui constituent l'industrie du tourisme culturel autochtone au Canada. Même si l'enquête mise au point n'était que d'une durée de 15 minutes, plusieurs répondants ont manifesté un intérêt important et ont fait part de commentaires qui les ont engagés dans des discussions qui ont duré de 30 à 40 minutes.

Grâce à l'enquête, 10 participants ont été identifiés qui offraient un point de vue exceptionnel et des pratiques exemplaires au sein de l'industrie et ce, afin de participer à la phase suivante du projet : le *Cercle consultatif*. La réunion des membres du Cercle consultatif allait offrir une meilleure compréhension et orientation au sujet des enjeux et permettre de déterminer les étapes à venir.

Structure de la prise en charge par les Autochtones



3.0 Tourisme culturel durable

L'un des grands thèmes qui s'est dégagé des constatations de la recherche de la phase 1 a été l'établissement des éléments d'une industrie du tourisme culturel « durable » qui doit présenter de manière authentique la culture des communautés autochtones sans que des effets négatifs ne viennent à long terme entacher la culture et la communauté. Lorsqu'on parle du rôle de la culture et du patrimoine dans un contexte touristique, il s'agit là d'une des principales préoccupations qui est soulevée. McIntosh signale que « la réalisation d'un tourisme autochtone durable met principalement l'accent sur la nécessité d'un développement qui soit culturellement durable, c'est-à-dire contrôlé, accepté et désiré par les communautés autochtones touchées, de même que durable sur le plan économique » [Traduction] (McIntosh, 2003).

Dans ce contexte, les constatations de la présente enquête révèlent que les industries du tourisme culturel autochtone au Canada englobent les éléments que nécessite une industrie du tourisme culturel autochtone durable. Cependant, à la lumière de ces constatations, il faut encore examiner de plus près les obstacles auxquels doit faire face l'industrie, y compris le soutien économique et les infrastructures, qui peuvent avoir des incidences directes sur la viabilité à long terme et le maintien des activités. Une approche durable à long terme permettra à ces exploitations de concentrer leurs efforts sur une plus grande sensibilisation à la culture et au patrimoine autochtones au sein de la population canadienne, tout en développant l'industrie du tourisme culturel au Canada.

On trouvera ci-dessous les réponses à l'enquête qui tiennent compte des éléments d'une industrie touristique culturellement viable au Canada.

3.1 Prise en charge par les Autochtones

Soixante-cinq pour cent (65 %) des répondants ont indiqué que leur organisation appartenait en totalité ou à plus de 51 % à : une organisation des Premières nations, une entreprise privée appartenant à des Autochtones, une coalition de Premières nations et d'organisations.

De ces 65 %, 48 % ont indiqué une prise en charge en totalité ou en majorité par une Première nation, 12 % par une entreprise privée autochtone, 7 % par une coalition de Premières nations ou d'organisations et 10 % (en totalité ou en majorité à plus de 51 %) par un conseil d'administration autochtone.

Les réponses intitulées « autre » incluent les répondants qui, dans une proportion de 30 %, ont indiqué que la prise en charge était assumée par des institutions fédérales et provinciales comme Parcs Canada, le gouvernement du Nunavut, la province de Terre-Neuve et la Ville de Québec. Les répondants ont indiqué que la prise en charge incluait également des ententes entre les Premières nations et les institutions fédérales et provinciales et certains répondants ont répondu affirmativement à la prise en charge soit par une Première nation, soit par une autre organisation, indiquant là une souplesse dans la définition du contrôle et de la prise en charge par les Autochtones.

3.2 Contrôle autochtone

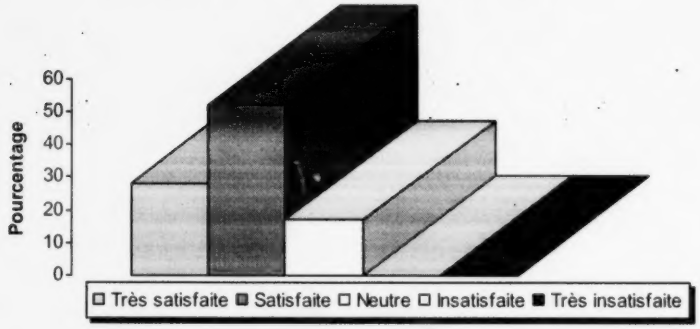
Soixante-dix pour cent (70 %) des répondants ont indiqué que leur organisation ou leur institution est sous ***contrôle autochtone*** dans une proportion se situant entre ***76 et 100 %***. Tandis qu'un autre groupe de 3 % indique une prise de contrôle de 51 à 70 %, un autre groupe de 3 % aussi indique un contrôle autochtone de 1 à 25 %.

En outre, les résultats de l'enquête indiquent que 72 % des institutions ou des organisations soutiennent que les Autochtones détiennent la majorité des postes de direction.

3.3 Acceptation et désir de la collectivité

Quatre-vingt-six pour cent (86 %) des répondants estimaient que la majorité de la collectivité locale appuie et approuve l'interprétation de la culture et de la communauté dans le contexte de l'expérience de tourisme culturel offerte (indiquant en cela qu'ils comprenaient que la communauté était soit très satisfaite ou satisfaite de la façon dont sa culture et sa réalité étaient décrites).

Perception qu'a l'organisation de l'impact de l'expérience culturelle sur la culture et la communauté



Vingt-huit pour cent (28 %) des répondants ont indiqué que la communauté se sentait « très satisfaite » de l'impact de son organisation sur elle et sa culture. Du même souffle, 52 % considéraient que la communauté était « satisfaite » indiquant en outre qu'il pourrait y avoir des améliorations à apporter pour accroître le succès et l'impact de leur entreprise sur la culture et la communauté. Un autre groupe de 17 % se sont dits « neutres » dans leur réponse au sujet de l'impact de leur organisation sur la culture et la communauté. Aucun répondant n'a indiqué que les communautés étaient « insatisfaites » ou « très insatisfaites ».

3.4 Viabilité économique

Bien que la présente enquête ait été menée principalement pour obtenir des commentaires portant davantage sur la nature de l'échange culturel, la viabilité économique et les influences externes touchant la durabilité économique de l'industrie ont également été prises en considération. Parmi les obstacles mentionnés par les répondants, mentionnons l'absence de ressources pour assurer la stabilité économique de leur organisation. Plus particulièrement, beaucoup ont indiqué le manque de financement, l'absence d'une bonne formation et de ressources en matière de marketing, de même que l'insuffisance d'appuis pour les opérations et l'infrastructure en tant qu'obstacles principaux pour diffuser avec succès leur message au sein de la population canadienne.

Le plus grand obstacle que l'on a relevé a été la difficulté d'accéder au financement pour fins de développement ou d'expansion, comme l'ont précisé 75 % des répondants, suivi du manque de connaissance des peuples autochtones et d'expériences ou attractions touristiques autochtones, le reste des répondants indiquant un faible niveau de compétences, l'insuffisance de formation ou de matériel. Parmi les autres obstacles mentionnés, signalons des facteurs externes comme la politique de la bande, les critères et le financement du gouvernement, les ressources de marketing, pour ne nommer que ceux-là.

4.0 Nature de l'échange culturel

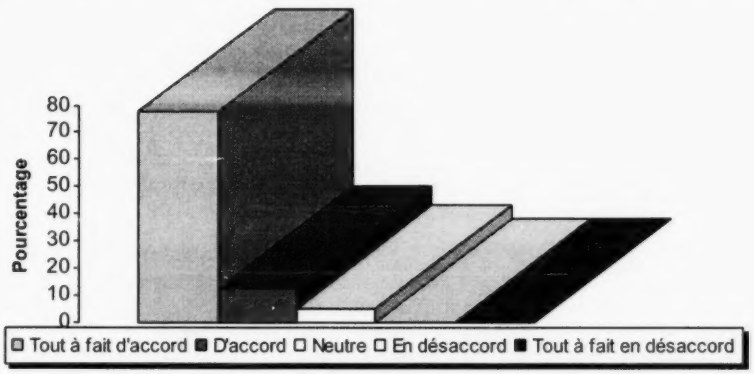
Butler et Hinch soutiennent que le tourisme culturel est alimenté par la croyance voulant qu'« une telle activité facilite la compréhension entre les peuples autochtones et non autochtones »[9] [Traduction]. Cela veut dire que les contacts qu'ont les visiteurs avec les cultures autochtones améliorent leur sensibilisation à la réalité, leur font comprendre et apprécier les situations que vivent les Autochtones à l'égard de nombreux enjeux. Cela peut se solder par une relation plus équitable entre les peuples autochtones et non autochtones.

L'échange culturel entre les communautés canadiennes autochtones et non autochtones peut augmenter de façon considérable la compréhension que l'on a des peuples autochtones et de leur culture. Les facteurs internes et externes suivants ont tous une incidence sur le succès de cet échange :

- L'authenticité et l'exactitude de l'information transmise.
- La nature de l'expérience interculturelle que vit le visiteur.
- L'objectif de la communauté hôte pour ce qui est de l'élaboration et de la diffusion du message.
- Les attentes du visiteur à l'égard de l'échange culturel (ce qu'il recherche) et son niveau actuel de sensibilisation et de compréhension pour ce qui est de la culture.
- La perception qu'a la communauté hôte des attentes du visiteur et la capacité de répondre à ce besoin sans compromettre l'intégrité du message.
- Le lien : la capacité qu'a la communauté hôte de toucher le visiteur.

4.1 Authenticité du message

Les programmes culturels reflètent-ils vraiment la communauté?



[9] R. Butler et T. Hinch (éd.), *Tourism and indigenous peoples*, Londres, International Thomson Business Press, 1996, p. 5, tel que décrit dans McIntosh, 2003.

Soixante-dix-huit pour cent (78 %) des répondants sont « tout à fait d'accord » et 12 % de plus sont « d'accord » que leurs programmes culturels offrent une expérience qui reflète véritablement leur communauté. Les répondants qui ont répondu « d'accord » ont indiqué que certaines améliorations pourraient être apportées. Cinq pour cent (5 %) des répondants se sont dits neutres. Aucun des répondants n'était en désaccord ni tout à fait en désaccord.

4.2 Nature de l'échange culturel

Les façons dont les organisations font participer les visiteurs à un échange culturel dans le cadre de leur expérience de tourisme culturel autochtone étaient presque aussi diversifiées que les communautés et les cultures elles-mêmes. Les répondants à l'enquête ont décrit la vaste gamme des programmes qu'ils offraient aux visiteurs canadiens, lesquels incorporaient des éléments de culture et de patrimoine autochtones, et dont le thème central de presque tous les programmes était la diffusion du savoir traditionnel.

Certaines des méthodes de connaissances traditionnelles incluaient le conte, les enseignements des Aînés, l'histoire orale ainsi que des expositions et présentations historiques et contemporaines. D'autres activités culturelles sont dérivées des enseignements traditionnels, dont les présentations culturelles traditionnelles, la préparation de nourriture traditionnelle, les reconstitutions historiques, etc. L'information est interprétée et livrée de bien des manières, notamment lors de spectacles culturels, de visites guidées et autoguidées, d'ateliers interactifs et de présentations audiovisuelles dans lesquelles on met fortement l'accent sur l'interprétation personnelle et l'interaction par la communauté hôte. Comme il fallait s'y attendre, les communautés hôtes protègent souvent les éléments les plus sacrés de leur culture et de la communauté, les mettant ainsi à l'abri des visites et de l'interprétation.

4.3 Motivation et mandat de l'hôte

Lorsqu'ils ont révélé la mission et le mandat élargis qu'ils poursuivaient pour s'impliquer dans le tourisme culturel autochtone, une majorité de répondants ont insisté sur leur rôle en tant qu'éducateurs culturels pour ce qui est du succès de leur entreprise, les objectifs principaux étant d'éduquer, de préserver, de renouveler la culture et les enseignements autochtones pour la communauté et les jeunes Autochtones, ainsi que pour atténuer les stéréotypes entretenus à l'égard des peuples autochtones. Quelques répondants ont indiqué que leur motivation première était de créer de l'emploi, des entreprises et des possibilités de formation, de rapprocher les communautés autochtones des communautés non autochtones ou encore de générer des revenus pour les entreprises et la collectivité. Les résultats ci-dessous montrent le pourcentage des répondants qui considéraient que l'énoncé reflétait leur mandat et leur mission d'ensemble :

92 % Informer les communautés autochtones sur l'histoire et la culture autochtones.
90 % Informer les Canadiens sur l'histoire et la culture autochtones.
87 % Préserver la culture autochtone et les enseignements pour les générations futures.
83 % Assurer le renouvellement culturel et sensibiliser les gens aux communautés autochtones.
82 % Aiguiser le sentiment de fierté – renforcement de l'estime de soi pour les jeunes Autochtones.
80 % Réduire les stéréotypes qu'entretiennent les non-Autochtones à l'égard des peuples autochtones.

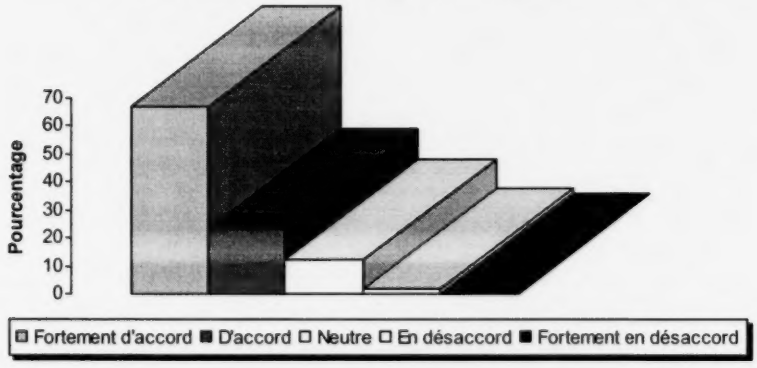
78 % Créer des possibilités d'emploi au sein de la communauté autochtone.
77 % Rapprocher les communautés autochtones et les communautés non autochtones.
65 % Offrir des possibilités de formation aux peuples et aux jeunes Autochtones.
63 % Générer des possibilités d'affaires au sein de la collectivité.
53 % Générer des revenus pour les entreprises et la collectivité.
53 % Offrir un lieu de guérison.

4.4 Attentes des visiteurs

Une grande majorité des répondants à l'enquête – 90 % au total – estimaient que leurs programmes culturels réussissaient à offrir aux visiteurs canadiens l'expérience autochtone prévue. Soixante-sept pour cent (67 %) des répondants étaient « fortement d'accord » alors que 23 % étaient d'accord qu'ils réussissaient à répondre aux attentes des visiteurs canadiens, 7 % étaient neutres et 2 % estimaient qu'ils n'y parvenaient pas.

Fait à souligner, les 23 % qui étaient d'accord pour dire que leur institution ou organisation « réussissait » dans ses programmes ont indiqué que d'importantes améliorations pouvaient être apportées pour renforcer ce succès, y compris l'entretien de leurs exploitations et des programmes culturels offerts aux communautés autochtones et au grand public.

Perception qu'a l'organisation quant à la possibilité de répondre aux attentes des visiteurs canadiens



Succès de l'expérience culturelle de l'organisation

4.5 Niveau de compréhension des visiteurs

Afin de déterminer le niveau actuel de compréhension des Canadiens (non autochtones) envers les peuples autochtones avant leur visite, la question suivante a été posée : *« Quel niveau de compréhension la majorité de vos visiteurs canadiens ont-ils des peuples autochtones et de la culture autochtone avant leur visite? »* Les répondants avaient les choix suivants : excellente, bonne, neutre, passable ou médiocre.

Personne n'a répondu que le visiteur canadien avait une « excellente » compréhension, 12 % ont dit qu'ils avaient une « bonne » compréhension, ce qui laisse une majorité alarmante de 60 % qui se situent entre neutre et médiocre. Vingt-trois pour cent étaient « neutres », 33 % ont indiqué qu'ils avaient une compréhension« passable » et 27 % ont dit que leur compréhension était « médiocre ».

Après examen des réponses sur le niveau perçu de compréhension des peuples autochtones et de leur culture, on peut dire qu'il existe un manque flagrant de connaissances au sujet des cultures et des peuples autochtones par le public canadien qui visite les lieux touristiques culturels autochtones étudiés.

Afin d'évaluer l'efficacité des programmes touristiques culturels offerts aux visiteurs canadiens, la question suivante a été posée : *« Considérez-vous que votre programme/expérience constitue un moyen efficace d'accroître le niveau de compréhension et d'appréciation qu'ont les Canadiens des communautés, de la culture et des peuples autochtones? »* Quatre-vingt-douze pour cent (92 %) étaient d'accord pour dire que leurs programmes offraient un échange culturel qui exerçait une influence positive sur le niveau de compréhension des visiteurs. Soixante-cinq pour cent (65 %) des répondants étaient « fortement d'accord », 27 % « d'accord », 5 % « neutres » et personne n'était « en désaccord ». Ces résultats indiquent clairement que l'industrie du tourisme culturel autochtone reconnaît le rôle important qu'elle peut jouer pour améliorer la connaissance et la compréhension qu'a le public canadien de la culture et du patrimoine autochtones.

4.6 Lien culturel

L'échange culturel ne peut se faire que si l'hôte et le visiteur ont véritablement la chance de se rencontrer. Lors de l'enquête, les consultants estimaient important de déterminer le lien effectif et potentiel que réussissait à établir l'industrie du tourisme culturel autochtone pour faire passer son message au public canadien. L'enquête révèle que 92 % des organisations soumises à l'enquête reçoivent des visiteurs canadiens autres que ceux de leur propre communauté, tous groupes d'âge confondus, allant des étudiants aux personnes âgées, en passant par les familles.

Le nombre de visiteurs canadiens sur les sites s'établissait entre 1 000 à 5 000 et 5 000 à 15 000 visiteurs par année, quelques organisations seulement atteignant ce chiffre. Cela n'est pas surprenant car la majorité des initiatives de tourisme culturel autochtone sont considérées comme des organisations touristiques de taille petite et moyenne. Cependant, elles ont quand même de formidables occasions de joindre le public canadien. En ce qui concerne l'estimation du lien que l'on parvient à établir avec les visiteurs canadiens (sur l'échelle élevée de la tranche estimative établie dans l'enquête), les 60 initiatives de tourisme culturel autochtone qui ont fait l'objet de l'enquête réussissent à joindre environ 414 000 Canadiens par année. Ce seul chiffre montre la possibilité énorme qui existe pour le tourisme culturel autochtone de joindre un public canadien vaste, diversifié et en croissance en offrant une description authentique des cultures et du patrimoine autochtones.

5.0 Pratiques exemplaires

Au moment de mettre à contribution l'industrie du tourisme culturel autochtone partout au Canada, il s'est avéré que les collectivités utilisaient diverses pratiques exemplaires pour

s'assurer de présenter un message authentique qui décrit le patrimoine unique de la communauté à d'autres Canadiens de façon à mieux les leur faire comprendre et apprécier. Parmi les pratiques exemplaires utilisées, mentionnons la consultation communautaire sur l'interprétation culturelle, les outils et les mécanismes de soutien pour assurer l'authenticité culturelle, la formation culturelle, les protocoles régissant les activités des visiteurs qui entrent dans des collectivités des Premières nations et le suivi de la réaction des visiteurs aux programmes offerts.

5.1 Consultation communautaire

Avant de déterminer ce que la collectivité voulait transmettre et comment l'information devait être présentée, certaines institutions ont entrepris un processus de consultation communautaire. Un pourcentage élevé de répondants ont indiqué que les « Aînés » et le « chef et le conseil élus » devaient être inclus dans le processus, moins de 50 % indiquant que les jeunes, les femmes, les assemblées générales des Premières nations, les résolutions du conseil de bande, le comité culturel, les centres d'interprétation culturelle et les universités devaient faire partie du processus de consultation communautaire. Fait intéressant à remarquer, d'autres formes de consultation communautaire incluaient les comités directeurs, les responsables de l'éducation et des langues, les chefs héréditaires et les protocoles d'entente.

À qui les organisations ont-elles fait appel dans leurs processus de consultation communautaire?

78 %	Aîné
60 %	Conseil et chef élus
40 %	Universitaire
38 %	Comité culturel
37 %	Centre ou musée d'interprétation culturelle
33 %	Résolution du conseil de bande
30 %	Assemblée générale de la Première nation
25 %	Jeunes et conseil
23 %	Conseil des femmes

5.2 Mécanismes et outils de soutien

Pour contribuer de manière heureuse à l'élaboration et à l'exécution des programmes culturels et patrimoniaux, les collectivités ont utilisé divers mécanismes et outils de soutien. Comme l'ont montré les résultats de l'enquête, le principal mécanisme de soutien utilisé pour assurer l'authenticité des produits culturels est la reconnaissance et le respect des processus communautaires. Dans la présente enquête, les processus communautaires étaient l'approbation par les Aînés, la contribution des leaders culturels, l'inclusion des peuples autochtones dans l'élaboration et l'exécution du produit et la reconnaissance de leur histoire orale.

Parmi les facteurs contribuant à l'authenticité culturelle, mentionnons les approbations et les recommandations des comités culturels, les outils d'évaluation du rendement, les accords de fonctionnement, les guides de formation des employés, les principes directeurs établis, la formation pour sensibiliser à la culture et les stratégies de développement durable. Les processus communautaires pourraient très bien indiquer quel genre d'outils et de mécanismes

seraient appropriés pour que la communauté hôte puisse assurer l'authenticité du produit culturel.

5.3 Normes et outils gouvernementaux

D'un bout à l'autre du Canada, des normes, des outils et des guides ont été élaborés par des organismes fédéraux, provinciaux et régionaux à divers niveaux et exercent une influence sur l'industrie du tourisme culturel, tant du point de vue culturel et patrimonial que du point de vue touristique. Ces normes et outils comprennent des normes culturelles, des outils d'évaluation, l'élaboration de protocoles, des ententes, etc. Bien que les constatations de l'enquête indiquent que seul un petit pourcentage, environ 25 %, utilisait ces outils pour orienter et influencer l'élaboration et la prestation à l'échelle locale, les commentaires recueillis dans le cadre de l'enquête amènent à conclure que ce faible pourcentage peut être attribué à un manque d'outils qui répondent directement aux besoins particuliers de l'industrie du tourisme culturel autochtone. Certains répondants ont indiqué que les critères de financement établis par Affaires indiennes et du Nord Canada, Entreprise autochtone Canada et d'autres organismes, les ont aidés à reconnaître les possibilités et les limites de leurs exploitations. Un nombre restreint de répondants ont fait mention des outils mis au point par Tourisme autochtone Canada (TAC) ou par leur association touristique autochtone régionale.

5.4 Formation culturelle

L'enquête révèle un entrecroisement de pratiques exemplaires et d'outils utilisés pour la formation culturelle ainsi que des mécanismes visant à assurer l'intégrité culturelle et l'authenticité dans la réalisation et l'interprétation des expériences de tourisme culturel au Canada. Une majorité des répondants, 65 %, utilisaient différentes méthodes de formation culturelle pour s'assurer que leur personnel de première ligne ou responsable de l'interprétation donnait une information exacte.

Les formes les plus courantes de formation culturelle étaient les cercles d'Aînés (47 %), suivis par First Host (formation en tourisme culturel spécifique aux Autochtones), une formation de sensibilisation interculturelle, l'histoire orale, les démonstrations et les leçons concernant des activités traditionnelles et des spectacles, ainsi que le mentorat assuré par des leaders culturels.

5.5 Protocoles

Dans les autres pays examinés à la phase 1 du projet, l'établissement de protocoles régissant l'entrée des visiteurs dans une collectivité autochtone s'est avéré une méthode parfaite pour assurer un échange positif entre l'invité et la communauté hôte. Dans la présente enquête, moins de 50 % ont parlé de l'utilisation de protocoles visant à informer les visiteurs du comportement approprié au moment de visiter une communauté autochtone. Du nombre total de sondages remplis, 40 % ont donné « l'information orale ou le bouche-à-oreille » comme méthode utilisée pour faire connaître les protocoles aux visiteurs. Parmi les autres façons de faire connaître les protocoles, mentionnons les cercles de partage, les affiches, les conseils individualisés, les guides de voyage et l'orientation verbale au moment de l'arrivée.

5.6 Méthodes de suivi

La seule façon d'évaluer le succès d'un produit touristique et de savoir s'il répond aux attentes et aux besoins des visiteurs est d'assurer le suivi de la réaction des visiteurs et de l'accueil réservé au programme. Une majorité de répondants ont indiqué qu'ils utilisaient au moins une forme de suivi pour les aider à évaluer le succès de leurs programmes. Les réponses sont les suivantes :

77 % Commentaires dans le registre des invités
40 % Rétroaction et enquête auprès de la clientèle
25 % Formulaires d'évaluation des ateliers
33 % Certifications
18 % Autre
10 % Aucune méthode de suivi utilisée
5 % Accréditation

Parmi les autres formes de méthodes de suivi, mentionnons les statistiques sur la fréquentation et un répondant a parlé d'un comptoir de service pour mesurer le flot des visiteurs.

5.7 Observations

Pour nombre des répondants, le tourisme culturel autochtone offre des expériences positives qui aident à hausser le niveau de compréhension et d'appréciation des cultures et du patrimoine autochtones chez les touristes canadiens. Les observations générales des participants reconnaissent en outre la valeur ajoutée du savoir traditionnel, de l'authenticité et l'interaction des visiteurs comme étant « essentielles » à l'expérience. Les répondants ont également reconnu les attitudes stéréotypées et l'absence globale de compréhension des peuples, de la culture et des communautés autochtones.

Les observations suivantes sont tirées de la question : *« Estimez-vous que les expériences de tourisme autochtone peuvent jouer un rôle important dans l'établissement de liens entre les Canadiens autochtones et non autochtones? »* Voici les commentaires supplémentaires qui ont été faits.

« Oui, cela permet de sensibiliser les groupes d'élèves, les visiteurs plus âgés et les aide à comprendre les impacts socio-économiques et politiques contre lesquels luttent des peuples des Premières nations. »

« Non, dans nos petites villes, on n'enseigne pas la réalité autochtone, Malheureusement, cela contribue à l'établissement de stéréotypes et au racisme. Le tourisme culturel permet d'en connaître davantage sur la culture et le patrimoine autochtones. »

« Oui, on assiste à un éveil à la culture autochtone. Les gens sont à la recherche d'un produit à valeur ajoutée. L'histoire de la colonisation et la structure politico-sociale ont créé un mur qui nous empêche de connaître les peuples autochtones. Donc, quiconque vient de l'extérieur dans une communauté autochtone amène avec lui des idées préconçues. Le tourisme culturel détruit cette conception erronée. »

« Oui, dans la mesure où les peuples non autochtones peuvent avoir l'occasion de s'impliquer, cela renseigne et nous aide à établir une relation plus harmonieuse entre les peuples autochtones et non autochtones. »

« Oui, le tourisme autochtone permet de connaître l'histoire autochtone telle que racontée par les Autochtones eux-mêmes. Maintenant, les touristes veulent connaître la véritable histoire de la région géographique. Il s'agit d'un processus permanent pour nos peuples autochtones et le reste du Canada. »

« Je suis totalement d'accord. Les gens ne comprennent pas l'évolution des peuples des Premières nations, il y a un manque d'éducation au sujet de la culture. On n'a pas suffisamment d'information sur la culture et le patrimoine autochtones dans le système scolaire et pour le grand public canadien. »

« Oui, cela permet aux peuples de comprendre leur histoire ainsi que les raisons qui font que les choses sont ce qu'elles sont. Cela permet aux gens de s'asseoir et de parler avec une personne autochtone. Ça aide à vaincre certains stéréotypes. »

« Oui, le contexte des expériences autochtones est la façon dont il est transmis à la communauté, sur les terres, par les peuples et les liens qu'ils entretiennent. »

« Oui, nous travaillons actuellement à préserver notre langue grâce au centre culturel Woodlands. Les critères établis pour l'attribution d'aide doivent être davantage sensibles à la réalité culturelle et aux enjeux régionaux afin de soutenir et de partager la culture autochtone. »

« Assurément, l'enseignement et l'information que reçoivent les Canadiens non autochtones ne sont pas très factuels et dans certains cas, les faits sont même passés sous silence. Le tourisme et le patrimoine permettent de raconter les faits. Le tourisme culturel aide à comprendre la culture plutôt que l'histoire de la colonisation. »

RAPPORT SUR LE CERCLE CONSULTATIF

1.0 Résumé

La nécessité de mieux comprendre les liens qui existent entre la culture et le patrimoine d'une part, et le tourisme d'autre part, a donné lieu à la création d'une initiative fédérale-provinciale-territoriale au sein de laquelle le Groupe de travail sur les cultures autochtones et le tourisme (GTCAT) a vu le jour. Le Groupe de travail a été créé pour effectuer de la recherche et concevoir les outils nécessaires pour renforcer les liens entre la culture autochtone et les secteurs patrimoniaux et d'autres intervenants touristiques. Le GTCAT a entrepris divers projets parallèles pour l'aider à déterminer la portée globale de ces liens, notamment une étude en trois phases intitulée *Projet sur le tourisme autochtone et la compréhension interculturelle.* Le présent rapport se veut la phase finale de ce projet. En entreprenant ce projet, le GTCAT espérait pouvoir déterminer et examiner certains des obstacles perçus et réels pour ce secteur de même que les pratiques exemplaires permettant de démontrer comment les initiatives relatives au patrimoine et à la culture autochtones peuvent réussir à obtenir l'adhésion des Canadiens tout en les informant au sujet des peuples et des cultures autochtones.

Les phases initiales de l'étude incluaient de la recherche sur des études de cas internationales et une enquête nationale (telle que décrite ci-dessous dans l'aperçu du projet) amenant ainsi le GTCAT à inviter 10 partenaires du patrimoine et de la culture autochtones à participer au cercle consultatif pour terminer le projet. Le cercle consultatif était le reflet exact du secteur du tourisme culturel autochtone représentant une vaste gamme de cultures autochtones, de structures d'appartenance et de régions du Canada. Le GTCAT a utilisé les constatations des rapports antérieurs pour orienter le dialogue lors de cette réunion de deux jours, permettant au cercle consultatif de formuler des recommandations sur la façon dont les partenaires fédéraux-provinciaux-territoriaux pourraient appuyer ce secteur dans le rôle qu'il doit jouer pour informer les Canadiens au sujet des peuples et des cultures autochtones.

Le consensus qui s'est dégagé au sein du cercle consultatif est que les secteurs du patrimoine et de la culture autochtones, y compris les initiatives touristiques, peuvent jouer un rôle important dans l'éducation des Canadiens au sujet de la culture et de l'histoire de leur collectivité. Très peu de distinctions ont été faites entre une initiative touristique autochtone et une initiative culturelle et patrimoniale car les deux visaient les mêmes objectifs pour diffuser et promouvoir la culture de leurs communautés, démontrant ainsi l'importance du GTCAT. Le cercle consultatif a formulé diverses recommandations sur les pratiques exemplaires et les prochaines étapes qui sont examinées dans le présent rapport final, notamment :

Pratiques exemplaires

- Concevoir et offrir une expérience culturelle autochtone authentique qui appuie la vision et l'autodétermination de la communauté.
- Livrer un message exact et éducatif aux visiteurs, lequel message reflète les valeurs et les croyances de la communauté.
- Répondre aux attentes des visiteurs qui recherchent une expérience « accueillante » et de qualité.

Recommandations

- Accroître le financement pour s'assurer que la viabilité économique n'outrepasse pas la viabilité culturelle et l'intégrité de l'expérience.

- Accroître la capacité du secteur avec des investissements en formation et en développement des ressources humaines tant pour les employés de première ligne que pour la direction.
- Créer un cercle consultatif pour poursuivre la communication entre le secteur et les partenaires FPT par l'entremise du GTCAT.
- Évaluer le succès de Tourisme autochtone Canada en tant qu'outil interculturel grâce à une étude qui permettrait de repérer les attentes des visiteurs canadiens et de mener ensuite une enquête nationale auprès des visiteurs de Tourisme autochtone Canada pour évaluer leur réaction à l'expérience.

2.0 Aperçu du projet

La recherche initiale entreprise à la phase 1 du projet consistait d'abord à examiner des études de cas internationales afin de voir sous un angle plus large les relations entre le tourisme et les communautés autochtones de la Nouvelle-Zélande, de l'Australie et du Canada, bien qu'au Canada, la recherche ait été restreinte. Les études de cas ont permis de déceler des approches et des stratégies menées avec succès et des préoccupations de la part des exploitants et des collectivités hôtes dans les efforts déployés pour utiliser le tourisme comme moyen de sensibilisation interculturelle. La recherche a également révélé des pratiques exemplaires et des défis au sein de l'industrie du tourisme culturel dans les efforts qu'elle déploie pour se rapprocher du public et l'informer en faisant appel à une interprétation authentique de la culture. Même si certains des principaux défis et des pratiques exemplaires ont été décelés dans la recherche pour le Canada, les consultants ont déterminé que l'approche la plus efficace consisterait à concevoir un processus de consultation communautaire.

Afin d'avoir un meilleur aperçu des enjeux du point de vue des personnes directement impliquées dans l'industrie du tourisme culturel autochtone au Canada, une enquête nationale sur les expériences de tourisme culturel autochtone a été lancée à la deuxième phase du projet. L'enquête nationale visait à révéler certaines approches et stratégies menées avec succès et les préoccupations des leaders de l'industrie du tourisme culturel autochtone dans les efforts qu'ils déploient pour utiliser le tourisme afin d'accroître la compréhension interculturelle au Canada. Une première liste de 120 initiatives de tourisme culturel autochtone au Canada a été dressée et devait servir de base à l'enquête. La base de données initiale incluait une vaste gamme d'initiatives de tourisme culturel autochtone, des entreprises privées aux organisations non gouvernementales en passant par les centres culturels sans but lucratif et les initiatives affiliées du gouvernement. Elle comptait également des représentations de toutes les régions du Canada. Au cours d'une période de 12 semaines, les consultants ont réussi à mener leur enquête auprès de 60 répondants, continuant ainsi d'assurer une représentation de toutes les régions et des différents secteurs qui constituent l'industrie du tourisme culturel autochtone au Canada.

2.1 Méthodologie du cercle consultatif

Grâce à ce processus, 10 participants ont offert un point de vue exceptionnel et des pratiques exemplaires au sein de l'industrie; ils ont été invités à participer à la phase suivante du projet : *le cercle consultatif*. Le cercle consultatif (CC), tenu à Gatineau, au Québec, a été créé dans le cadre d'un atelier de deux jours, la première journée étant consacrée à un dialogue animé portant sur les principaux concepts révélés dans l'enquête pour mieux comprendre et orienter les enjeux, formuler des recommandations et déterminer les prochaines étapes. Le deuxième

jour, les participants ont eu la possibilité de visiter des initiatives locales en matière de tourisme culturel autochtone, y compris le Musée canadien des civilisations, la salle des Premières nations, des expériences autochtones à Ottawa et Mawandoseg Kitigan Zibi, au Québec, et d'obtenir des renseignements privilégiés sur l'implication de la communauté, la conservation et les pratiques exemplaires.

L'un des éléments importants qui a présidé à la création du cercle consultatif était de refléter la diversité des intervenants du tourisme culturel autochtone pour assurer une représentation de tous les secteurs, de toutes les cultures autochtones, de toutes les régions du Canada et du cercle communautaire des jeunes et des Aînés. La version finale du cercle consultatif comprenait des Aînés et des jeunes, des représentants de toutes les régions du Canada des Premières nations, des Inuits et des Métis, ainsi qu'une voix de tous les secteurs impliqués dans cette industrie, y compris les organisations communautaires sans but lucratif, des organisations du secteur privé et des partenaires FPT comme Parcs Canada. Ce petit groupe était le reflet exact des industries du tourisme culturel autochtone du Canada. Même si elles portaient sur des secteurs diversifiés, les discussions et les recommandations formulées par les participants ont fait ressortir des thèmes communs qui appuyaient les constatations antérieures dans la recherche et l'enquête.

2.2 Participants au cercle consultatif

- **Pam Ward, Metepenagiag Heritage Park (Nouveau-Brunswick)**
  Intervenante respectée en matière de tourisme culturel autochtone de l'Est, elle a ouvert un centre culturel de plusieurs millions de dollars dans un lieu sacré après 30 ans de planification avec la collectivité.
- **Vania Gagnon, lieu historique national du Canada de la Maison-Riel (Manitoba)**
  Le lieu historique de la Maison-Riel, propriété de Parcs Canada et exploité en partenariat avec les communautés métisses, protège, préserve et fait connaître l'histoire des Métis.
- **Eva Aariak, Piruvik Centre (Nunavut)**
  Centre culturel inuit offrant des programmes de langues, de culture et de bien-être.
- **Laurel Mould, K'San Historical Village and Museum (Colombie-Britannique)**
  Premier musée autochtone à ouvrir ses portes au Canada au début des années 1970.
- **Vera Kasokeo, Chief Poundmaker Historical Centre (Saskatchewan)**
  Musée communautaire à Battlefield qui a ouvert ses portes en 1996.
- **Paula Whitlow, Chiefswood (Ontario)**
  Lieu historique national exploité sur le site de la plus importante collectivité de Premières nations au Canada.
- **Cindy Charlie, Tage Cho Hudan Interpretive Centre (Yukon)**
  Jeune gestionnaire du centre d'interprétation, ouvert il y a 10 ans.
- **Mike Côté, Mawandoseg (Québec)**
  Entrepreneur exploitant une initiative privée de tourisme culturel autochtone en réserve et qui a mérité des prix.
- **Linnea Battel, Xa:ytem Longhouse Interpretive Centre (Colombie-Britannique)**
  Centre culturel sans but lucratif situé sur un lieu sacré ancien de plus de 9 000 ans et exploité par un conseil d'administration de Premières nations représentant 24 communautés.
- **D^re^ Eleonore Tecumseh Sioui (Québec)**
  Aînée respectée dans le monde entier pour ses contributions à la culture et à l'alphabétisation.
- **Rosa John, Kehewin Native Performance (Alberta)**

Invitée et animatrice, Rosa John est fondatrice et directrice artistique du KNP (théâtre/danse)

3.0 Pratiques exemplaires et obstacles – Offrir un produit authentique

Dans le rapport documentaire sur le *Projet sur le tourisme autochtone et la compréhension interculturelle*, il est dit que « la réalisation d'un tourisme autochtone durable met principalement l'accent sur la nécessité d'un développement qui soit culturellement sensible, c'est-à-dire contrôlé, accepté et désiré par les communautés autochtones touchées et qui soit également durable sur le plan économique » [Traduction] (McIntosh, 2003). Quand on tient compte du lien avec la culture et le patrimoine dans un environnement touristique, on comprend qu'il s'agit là d'un des éléments les plus importants dont les partenaires FPT doivent tenir compte. Grâce au cercle consultatif, nous avons été en mesure de repérer diverses pratiques exemplaires dans l'élaboration et la diffusion d'un message exact et authentique qui aide la communauté à jouir d'un soutien constant et à réduire les impacts négatifs du tourisme culturel autochtone sur la communauté et la culture qui sont présentées.

3.1 Prise en charge et contrôle par les Autochtones

Pour de nombreux membres du cercle consultatif, la prise en charge et le contrôle apparaissent comme des éléments incontestables. Les collectivités doivent avoir et sentir qu'ils ont la charge du projet de tourisme culturel autochtone en plus de son contrôle : cela est essentiel pour leur autonomie. Toutefois, en dialoguant ouvertement avec les membres, il est clair que certaines collectivités luttent encore pour ce principe de base. Par exemple, l'un des organismes membres est toujours en négociation avec la province concernant la propriété des terres sacrées qu'il occupe. Il faut noter que l'élaboration d'un projet de tourisme autochtone sur une terre sacrée est un moyen d'en assurer la protection continue par la collectivité. D'autres collectivités ont réussi à négocier la prise en charge ou le contrôle de leur projet dans le cadre d'ententes conclues avec Parcs Canada relativement à la désignation des terres comme lieux historiques provinciaux ou nationaux ainsi que dans le cadre d'autres ententes de partenariat importantes. On a également observé que l'entreprise privée peut être considérée comme une forme de prise en charge et de contrôle par les Autochtones. Les membres du cercle consultatif jugent qu'il faudrait encourager cette solution au sein des collectivités.

3.2 Préserver, promouvoir et protéger la culture

Bien que les cultures autochtones soient souvent considérées comme un produit touristique, il est intéressant de constater que la plupart des organismes membres du cercle consultatif ont comme mandat principal de préserver, de promouvoir et de protéger la culture de leurs collectivités. Tous les membres étaient d'accord sur le fait que les programmes et les lieux de tourisme autochtone jouent un rôle important dans la compréhension et la sensibilisation des Canadiens relativement à la culture et au patrimoine autochtones. Le cercle consultatif a pris son rôle très au sérieux, déclarant que le but des organismes membres n'était pas commercial, mais qu'ils visaient à faire connaître l'identité des peuples autochtones et à s'engager avec les collectivités autochtones ainsi qu'avec la population canadienne à mieux connaître cet aspect important de l'histoire et de la culture du Canada.

Les programmes et les lieux de tourisme autochtone se trouvent parfois sur des terres sacrées, qui permettent de présenter des artéfacts et des récits oraux, qui font partie de l'histoire des

collectivités. Les lieux jouent un rôle important dans l'apprentissage des enfants et des jeunes Autochtones grâce à leur capacité de préserver la culture et le patrimoine des collectivités pour les générations futures. Avec le décès des membres plus âgés d'une collectivité et la disparition de leur enseignement, ces lieux peuvent devenir pour les collectivités la source d'information la plus exacte et la plus authentique sur leur culture et leur patrimoine.

Tous les membres du cercle consultatif reconnaissent que les lieux favorisent l'autonomie en transmettant les compétences et le savoir traditionnels aux futures générations d'enfants et de jeunes Autochtones. Qu'ils viennent des réserves ou de milieux urbains, tous les membres du cercle entrevoient de grandes possibilités pour les collectivités qui s'engagent dans le programme, puisqu'elles pourront accroître les connaissances théoriques et pratiques liées à leur culture et à leurs traditions. Parmi les pratiques exemplaires transmises, on trouve l'engagement des collectivités autochtones à l'égard de leur culture grâce à un accès libre et ouvert à tous les membres; l'utilisation par les collectivités des lieux touristiques certains soirs de la semaine; la formation en arts et en théâtre offerte aux jeunes des collectivités.

3.3 Consultation et soutien de la collectivité

L'un des éléments les plus difficiles du tourisme culturel autochtone est qu'il décrit et fait connaître quelque chose qui n'appartient à personne et à aucun organisme, car la culture appartient au peuple. Pour réussir à élaborer et à offrir des projets de tourisme culturel autochtone, il est essentiel que les collectivités soient consultées. Les membres du cercle consultatif ont mis en œuvre divers processus de consultation afin d'obtenir le soutien de leurs collectivités et des conseils concernant les programmes et les messages à diffuser ainsi que pour favoriser le sentiment de prise en charge.

Toutefois, un élément important sert à lier tous les autres éléments. Tous les membres du cercle consultatif ont consulté les collectivités, puis ont accepté les limites fixées au sujet de ce qui devrait être transmis aux visiteurs et de ce qui devrait conserver un caractère sacré.

Dans tous les cas, les Aînés des collectivités se sont engagés dans le processus afin de déterminer ce qui devrait être communiqué aux touristes. Dans une collectivité, les Aînés ne permettent pas que les visiteurs aient accès aux fondements spirituels sur lesquels repose le projet de tourisme culturel autochtone. Le centre a été créé à proximité de la terre sacrée existante, offrant seulement une vue panoramique générale, et les interprètes souligneront l'importance du lieu et expliqueront pourquoi il doit être protégé. On a constaté que, lorsque la collectivité et ses Aînés ne participaient pas au processus, l'espace sacré risquait de devenir un bien public auquel la collectivité n'aurait pas accès pour ses propres fins, comme au parc provincial Petroglyphs, à l'extérieur de Peterborough, en Ontario.

La façon dont les collectivités ont été consultées sur le contenu et la diffusion des messages culturels a varié d'une collectivité à l'autre, ce qui démontre qu'une approche unique ne peut être mise en œuvre dans l'ensemble des collectivités autochtones. Certains organismes ont commencé avec des cercles d'Aînés et des groupes de consultation informels alors que d'autres ont préféré l'intégration au processus de planification de la collectivité. Pour une collectivité, le processus a débuté il y a 32 ans lorsqu'un Aîné a souligné l'importance de protéger les terres sacrées de la collectivité, ce qui a mené celle-ci à obtenir le statut de lieu historique national et provincial. Reconnaissant l'importance de l'initiative pour les générations futures, cette collectivité aura terminé son processus de consultation et de planification de plus de 30 ans avant l'ouverture du lieu prévue en mai 2007. Le cercle consultatif confirme qu'une

planification exhaustive favorise les liens entre les membres d'une collectivité. Lorsque la collectivité participe au processus d'élaboration d'un projet, ses membres développent un sentiment d'appartenance, et même en cas de changement du chef et du conseil, le plan demeure le reflet des priorités de la collectivité.

Il peut cependant être difficile d'obtenir le consensus au cours du processus de consultation lorsque les Aînés ne sont pas d'accord sur ce qui est sacré et sur ce qui doit être partagé. Dans certaines régions, les lieux de tourisme culturel autochtone sont créés sur les terres sacrées, et la programmation peut faire connaître des éléments des cérémonies et de l'enseignement sacrés, alors que, dans d'autres collectivités, les Aînés ont demandé d'exclure toutes les cérémonies et tous les rites. Dans d'autres régions, les consultations s'étendent au-delà des Aînés et reconnaissent les clans et les protocoles, c'est-à-dire que les familles doivent être consultées avant la diffusion des chansons, des récits et des danses qui leur appartiennent.

3.4 Langues autochtones

Le cercle consultatif a discuté de l'importance des langues autochtones et de leur rôle clé dans la préservation de la culture. La plupart des membres sont d'accord que les préoccupations des Aînés au sujet de la perte de la langue sont liées à la perte de la culture, car la langue est la clé des connaissances et de l'enseignement traditionnels. Par contre, quelques participants ont déclaré que la langue traditionnelle constituait pour eux un obstacle, puisque les Aînés avaient insisté pour qu'elle soit intégrée à la programmation. Comme peu de jeunes l'ont apprise, il devient difficile d'embaucher du personnel.

D'autres participants ont fait part des pratiques exemplaires de leur collectivité qui présente la langue autochtone aux visiteurs. Au Nunavut, l'Inuktitut est reconnu comme langue officielle devant l'anglais, et l'un des organismes participants offre des cours de langue en plus de ses services dans cette langue. Cet organisme vient d'enseigner l'Inuktitut à tous les sous-ministres du Nunavut et a traduit les programmes de Microsoft dans cette langue. La plupart des organismes membres du cercle consultatif incorporent jusqu'à un certain point leur langue à leurs projets respectifs, et l'un d'eux a utilisé sa langue autochtone dans tous les documents d'interprétation ainsi que sur toutes les affiches du lieu.

4.0 Pratiques exemplaires et obstacles – Renseigner les Canadiens sur la culture autochtone

4.1 Élaboration et diffusion du message

Si le tourisme culturel autochtone doit être considéré comme une expérience de formation interculturelle, l'information doit avoir une valeur pédagogique et constituer une occasion d'apprentissage enrichie, soulignant le point de vue de la collectivité sur sa culture, son histoire et son patrimoine. Comme il a été mentionné précédemment, l'engagement de la collectivité et des Aînés dans le développement du lieu touristique et la diffusion d'un message contribuera à assurer que ce message est exact et authentique, qu'il est soutenu par la collectivité et qu'il est transmis aux visiteurs canadiens. Un organisme géré par une société historique collabore avec la collectivité, les Aînés, les enseignants et les chercheurs à l'élaboration et à l'interprétation du message dans le but de répondre aux besoins du secteur de l'éducation. Tous les autres organismes ont mis en place des mécanismes afin de s'assurer que le message est approprié,

qu'il s'agisse de la formation culturelle du personnel par les Aînés jusqu'à l'approbation des documents par la bande et le conseil.

Pour maintenir la validité du message, il est important qu'il soit livré par un membre de la collectivité concernée. Tous les membres du cercle consultatif s'entendent pour dire que l'engagement de la collectivité à l'égard des services d'accueil est essentiel à l'expérience pédagogique. Tous les organismes comptent une partie importante de leur personnel qui est autochtone, dans un pourcentage variant de 50 % à 100 % pour les services d'accueil et de gestion.

Un autre élément important concerne l'équilibre à atteindre entre les attentes des visiteurs fondées sur l'image de société traditionnelle et le portrait fidèle de la société autochtone contemporaine. La description des problèmes et du mode de vie actuels vise à s'assurer que les visiteurs ne continuent pas de croire que les tipis et les plumes font encore partie de la vie quotidienne des Autochtones.

Dans toutes les discussions sur la préservation et les attentes des visiteurs, la question de la formation et du développement des ressources en tourisme culturel autochtone est revenue constamment. En matière d'élaboration et de diffusion du message, cette question concerne tant le personnel de première ligne chargé de l'interprétation que les conservateurs chargés des artéfacts et des programmes. Pour de nombreux Canadiens, la visite d'un lieu touristique autochtone sera leur premier contact avec les Autochtones du Canada, de sorte que la première impression et la façon dont l'information est présentée s'avèrent très importantes. Les interprètes doivent bien connaître la culture (ce qui est souvent difficile à trouver chez les jeunes travailleurs en tourisme) et être bien formés sur la façon de présenter le message, y compris sur la façon d'aborder les questions délicates et inévitables sur les relations entre les Autochtones et les Canadiens.

4.2 Secteur de l'éducation

Bien qu'ils souhaitent s'adresser à tous les Canadiens, la majorité des membres du cercle consultatif considèrent que le meilleur moyen de réconciliation dans le cadre d'activités touristiques passe par les générations plus jeunes, à qui on offre des programmes d'éducation adaptés aux visiteurs étudiants. Un membre a émis l'opinion suivante, que tous partagent : « Nous changerons l'opinion des Canadiens sur les peuples autochtones en passant par les enfants et nous devons nous attaquer à changer les opinions afin que nos enfants ne soient pas victimes de perceptions erronées auxquelles nous devons faire face aujourd'hui. » La plupart des membres offrent des programmes conçus pour renseigner les élèves de divers groupes d'âge sur la culture autochtone ainsi que pour la partager et la célébrer avec eux. Un organisme participant reçoit sur ses terres sacrées 15 000 visiteurs par année, dont 11 000 enfants. D'autres membres collaborent avec les enseignants à la préparation de documents et d'un message qui s'insèrent dans le programme pédagogique des élèves tout en prenant en considération la pertinence du message du point de vue de la collectivité autochtone.

5.0 Pratiques exemplaires et obstacles – Répondre aux attentes des visiteurs

5.1 Message de bienvenue

Le document intitulé « *Une perspective de l'extérieur : Les prédispositions et les attentes des Canadiens d'origine non autochtone à l'égard des expériences culturelles et patrimoniales autochtones vécues lors de voyages* » a montré la variété des perceptions et des obstacles qui limitent généralement la participation des collectivités autochtones aux activités touristiques. L'une des principales perceptions ou limites mentionnées par les groupes de discussion concerne le fait que les Canadiens hésitent à visiter les lieux de tourisme culturel autochtone, craignant de se trouver dans un environnement hostile et peu accueillant, attitude qui découle de stéréotypes négatifs sur les peuples et les collectivités autochtones.

Bien qu'ils la jugent inquiétante, les membres du cercle consultatif ne semblent pas surpris par cette perception. De nombreuses collectivités représentées ont déjà mis en œuvre des initiatives visant à s'assurer que l'environnement et l'accueil sont plus ouverts aux visiteurs canadiens. On a donné comme exemple l'Aboriginal Tourism British Columbia qui a donné à sa campagne de marketing le thème « bienvenue » en langue autochtone afin de contrer la mauvaise perception des touristes canadiens. D'autres collectivités ont posé des affiches de bienvenue à leur entrée et sur le parcours touristique afin que les touristes puissent se sentir bien accueillis et les assurer qu'ils se dirigent vers la bonne direction. Les plans de planification de nombreuses collectivités tiennent compte des attentes des visiteurs relatives à un environnement accueillant et sûr pour les familles dans les lieux situés près des autoroutes. Une autre pratique favorise le développement de protocoles culturels oraux ou écrits à l'intention des visiteurs, pour que, lorsqu'ils pénètrent dans une collectivité autochtone, ils soient mieux informés sur ce à quoi ils doivent s'attendre et sur la manière de respecter les traditions et les cultures locales.

Toutes les collectivités ayant des activités touristiques ne sont pas entièrement prêtes à accueillir les visiteurs ni favorables à leur présence. Des membres du cercle consultatif ont identifié des collectivités qui ne souhaitent pas accueillir de visiteurs. Par exemple, un participant représentait plusieurs collectivités qui avaient des points de vue différents sur l'accueil à réserver aux touristes. Une autre collectivité a créé un lieu de tourisme culturel en réponse au « problème des touristes », de façon à satisfaire les besoins des touristes sans gêner la vie de la communauté.

5.2 Répondre aux attentes des visiteurs

Selon un participant, une collectivité peut difficilement savoir qu'elle a bien répondu aux attentes des visiteurs si elle n'a pas une nette indication de ce que sont ces attentes. Pour les intervenants en tourisme culturel autochtone, la satisfaction des attentes de la collectivité relativement à l'élaboration et à la mise en œuvre d'un programme approprié et celles des visiteurs d'un lieu touristique repose sur un équilibre souvent fragile. Bien que les participants aient fait part de certaines pratiques exemplaires visant à évaluer si les attentes des visiteurs ont été satisfaites, un participant a souligné qu'aucune d'entre elles ne permettait d'effectuer la même évaluation du point de vue des collectivités.

De façon générale, dans le cercle consultatif, on partageait l'idée que de nombreux touristes visitant un lieu de tourisme autochtone avaient une vision irréaliste des peuples autochtones, les considérant comme des civilisations anciennes qui n'ont pas évolué. Certains membres ont l'impression qu'ils doivent défendre et justifier l'évolution de leur collectivité en société moderne et répondre encore souvent à des questions sur la vie dans les tipis et liées à d'autres images stéréotypées. La meilleure pratique répertoriée vise à atteindre l'équilibre entre d'une part, les désirs des visiteurs de connaître l'histoire, la tradition et les arts ancestraux et d'autre part, la réalité actuelle des cultures autochtones. Les participants ont également fait part de pratiques fondées sur l'humour pour contrer les stéréotypes. Un guide bien formé devrait pouvoir « partager notre culture avec son auditoire sans que celui-ci ne se sente responsable des actions de sa propre collectivité ».

Les organismes participant au cercle consultatif utilisent un certain nombre d'outils et de méthodes d'évaluation, dont les suivants :

- ***Sondages après les visites touristiques.*** Quelques membres du cercle consultatif effectuent des sondages auprès des visiteurs pour déterminer s'ils ont bien répondu à leurs attentes. Un lieu touristique a élaboré un sondage à l'intention des enseignants, comprenant trois brèves questions destinées à évaluer le programme et l'interprétation; les réponses des enseignants ont dépassé les attentes. Un autre participant a élaboré un sondage plus exhaustif préparé par une association régionale de tourisme autochtone, dont on a pu tirer des résultats détaillés; le sondage était cependant difficile à gérer en raison de son ampleur. Un autre lieu touristique autochtone, propriété du gouvernement fédéral mais géré par la collectivité autochtone, a réalisé trois sondages différents au cours des dix dernières années pour évaluer et améliorer son programme en continuel développement.

- ***Registres et commentaires de visiteurs.*** Bien que tous les membres du cercle utilisent des registres de visiteurs, ils sont d'accord que cette méthode ne reflète pas nécessairement avec précision l'expérience des visiteurs, puisque ceux-ci ne sont pas portés à y inscrire les expériences négatives. De nombreux membres travaillant à l'accueil perçoivent mieux les réactions des visiteurs et leur niveau d'intérêt par rapport au programme. Un membre s'est même fait passer pour un visiteur pour pouvoir demander de manière informelle à d'autres visiteurs ce qu'ils pensaient de leur expérience afin de recueillir des commentaires exprimés honnêtement et naturellement.

- ***Visites mystères.*** Deux participants au cercle consultatif proviennent de provinces où sont organisées des visites mystères permettant de s'assurer que tous les produits touristiques correspondent aux normes de l'industrie et aux attentes des visiteurs. Les membres de Tourisme Nouveau-Brunswick acceptent à l'avance qu'un spécialiste du milieu se présente à l'improviste pour évaluer tous les aspects du programme liés aux attentes des visiteurs. Les participants reçoivent des rapports complets, traitant de tous les aspects, de l'interprétation au service à la clientèle, et même parfois des incidences sur l'environnement.

Bien que la plupart des membres du cercle consultatif considèrent qu'ils réussissent à répondre aux attentes des visiteurs en matière de programmation, plusieurs ont déclaré que ce n'est pas le cas concernant les attentes en matière d'infrastructure et de visibilité. Les touristes qui visitent les musées, les lieux culturels et les parcs nationaux ou provinciaux s'attendent à une infrastructure de base qui dépasse souvent les moyens de la communauté hôte, qu'il s'agisse des édifices, de la signalisation, du stationnement et de l'accessibilité. De plus, des visiteurs ont déclaré qu'ils ignoraient l'existence d'un organisme de tourisme autochtone dans leur région. L'absence ou les limites des budgets de marketing influe sur la capacité des lieux touristiques

autochtones d'installer une signalisation adéquate, de distribuer des documents de marketing et de participer aux efforts régionaux en la matière.

6.0 Défis communs et établissement des besoins

6.1 Financement et durabilité économique

Le défi principal auquel doivent faire face tous les intervenants en tourisme culturel autochtone est que la réalité économique s'oppose constamment à la préservation de la culture et à l'intégrité de l'expérience offerte. Un grand nombre de produits touristiques autochtones dépendent du soutien de la collectivité, ce qui entre en conflit avec les besoins sociaux et de santé. Comme les sommes pour résoudre ces divers problèmes proviennent de la même source, il est facile de comprendre que la préservation de la culture ne constitue pas une priorité par rapport aux besoins essentiels. En outre, la situation est encore plus difficile dans une réserve qui ne perçoit pas de taxes municipales.

Un participant a déclaré que, bien que les fonds destinés à la création de lieux culturels soient disponibles, les collectivités ne peuvent pas souvent assurer la stabilité des fonds pour l'exploitation. Il faut de l'argent pour élaborer les programmes, acquérir et protéger des artéfacts, gérer les ressources humaines et assurer l'entretien. Les collectivités sont accablées par ces dépenses et comptent sur l'argent des touristes pour maintenir l'exploitation, malgré le fait que les touristes ne reconnaissent pas toujours la valeur des expériences culturelles qui leur sont offertes.

Un autre défi relevé par les participants concerne la difficulté d'accéder aux sources de financement destiné au soutien. Bien que des programmes et des organismes gouvernementaux s'acquittent avec succès de ce mandat, un grand nombre d'organismes de tourisme culturel autochtone n'arrivent pas à obtenir l'aide financière dont ils ont besoin. La plupart des participants ont l'impression que cette situation repose possiblement sur la capacité et les compétences des gestionnaires en tourisme autochtone de remplir les demandes de subvention plutôt que sur la validité des demandes. Un participant a souligné que les collectivités autochtones sont encore de culture surtout orale et qu'elles trouvent le processus de demande et la terminologie très difficiles à suivre et à comprendre.

Tous les membres du cercle consultatif confirment que le manque de financement et de ressources constitue le besoin le plus urgent et rend difficile pour eux de faire face à tout autre défi relevé dans le présent rapport. De manière générale, avant d'être une activité durable, le tourisme culturel doit assurer sa santé financière. Pour réussir à transmettre le message approprié, le tourisme culturel doit d'abord obtenir les fonds requis pour répondre aux attentes des visiteurs.

6.2 Ressources humaines et renforcement des capacités

La qualité de l'expérience vécue par les visiteurs dépend grandement de l'employé qui représente l'organisme, de sorte qu'il est essentiel que la main-d'œuvre en tourisme autochtone soit bien formée et autonome, et ce, tant à l'accueil qu'à la gestion. Tous les membres du cercle consultatif ont mentionné la difficulté de trouver une main-d'œuvre qualifiée pour transmettre le message, de sorte que les conservateurs et les gestionnaires doivent souvent s'en charger. Dans certaines collectivités, les projets sont en fait des spectacles solos, où des gestionnaires à

bas salaires doivent assumer en plus le travail d'interprétation. Les entreprises privées font face aux mêmes défis, car elles sont en concurrence avec les bandes pour embaucher la main-d'œuvre étudiante, les bandes offrant des emplois mieux rémunérés pour un travail moins exigeant. La formation et le renforcement des capacités se trouvent au cœur du problème de ressources humaines. Il est évident que les collectivités doivent obtenir de l'aide et du financement afin qu'une main-d'œuvre qualifiée travaille au succès des projets en tourisme culturel.

Les besoins en formation et en compétences cernés par les participants sont entre autres :

- ***Formation pour le service d'accueil***. Un membre avait suivi la formation d'Interprètes Canada, comportant deux niveaux. Bien que la formation sur le service d'accueil *Superhost* puisse fournir des compétences de base, il est essentiel d'y ajouter une formation sur les aspects culturels et didactiques. En Colombie-Britannique, il existe un cours de formation sur l'accueil spécifique au tourisme autochtone, intitulé « First Host », qui combine les deux aspects.

- ***Compétences en gestion***. Bien qu'ils aient déjà relevé les besoins en matière de conservation des objets culturels et d'élaboration de programmes culturels, les participants ont tous souligné le besoin croissant de compétences permettant d'assurer la durabilité économique des projets en tourisme culturel autochtone. Selon le cercle consultatif, il est nécessaire d'obtenir de l'aide afin d'améliorer les compétences en gestion, ce qui permettrait d'accéder plus efficacement au financement offert par les gouvernements. De plus, les participants ont mentionné que leur organisme devait accroître ses capacités et ses connaissances en matière de promotion et de marketing afin de favoriser l'autofinancement.

6.3 Infrastructure

Comme l'ont fait remarquer certains membres, les exploitants en tourisme autochtone ne peuvent souvent pas répondre aux besoins des visiteurs en matière d'infrastructure. Lorsqu'il est question d'obtenir des fonds pour l'infrastructure, les projets culturels ou touristiques arrivent difficilement à faire la preuve de leur importance par rapport à l'infrastructure de base et aux besoins essentiels de la collectivité. Bien que ces projets obtiennent les fonds nécessaires à la conception et à la création de lieux culturels ou patrimoniaux, ils ne peuvent pas assurer l'exploitation et l'entretien de l'infrastructure en place sans l'apport d'autres fonds.

7.0 Recommandations et suivi

7.1 Financement accru

- Ce n'est pas une surprise que l'ensemble des participants au cercle consultatif considèrent que, si les partenaires des gouvernements fédéral, provincial et territorial (FTP) reconnaissaient la valeur réelle du tourisme culturel autochtone comme outil pédagogique tant pour les collectivités autochtones que pour la population canadienne, ils devraient y investir. La plupart des participants ont l'impression que les projets sur la culture et le patrimoine autochtones servent à remplir le mandat des gouvernements relativement à la protection, à la promotion et à la préservation des cultures sans qu'ils investissent les fonds

nécessaires. Ils tiennent pour essentiel l'accroissement du soutien financier dans les domaines suivants :

- Le développement des ressources humaines et des capacités, qu'il s'agisse d'outils et de programmes destinés à l'accueil ou à la gestion de projets liés au tourisme et aux cultures autochtones.
- L'exploitation et l'entretien des lieux et des programmes en tourisme culturel autochtone.
- La promotion du tourisme autochtone auprès des Canadiens à l'aide de campagnes de marketing et de promotions visant à accroître le nombre de visiteurs et la portée des projets ainsi que la durabilité à long terme grâce à l'apport de revenus.
- La sensibilisation des collectivités autochtones aux avantages du tourisme culturel autochtone pour obtenir plus de soutien.

Le consensus au sein du cercle confirme que les projets de tourisme culturel autochtone prêts à mettre en œuvre existent et que le choix du moment est un élément essentiel. Fini les discussions! les membres du cercle veulent passer à l'action! Ils recommandent de repérer les projets ayant réussi à développer une expérience d'apprentissage authentique afin de les aider à accroître la portée de leur message auprès des visiteurs canadiens à l'aide d'un programme pilote.

7.2 Création d'un cercle consultatif

Tous les participants considèrent que l'atelier a vraiment permis de créer un cercle et que celui-ci devrait poursuivre ses activités. Ils expriment leur crainte d'avoir offert leur temps bénévolement en plus de traverser le Canada pour entreprendre d'importantes discussions et faire des recommandations qui n'auront aucune suite si le cercle ne continue pas. Ils pensent qu'il est important de poursuivre le dialogue dans le milieu et de former une voix commune pour transmettre le message à tous les ordres de gouvernement. De plus, ils croient très fermement que le Groupe de travail sur le tourisme culturel autochtone doit continuer son travail et servir de liaison entre l'industrie et les partenaires gouvernementaux de quelque ordre qu'ils soient. Ils déclarent également qu'il faut encourager les relations entre les collectivités autochtones et les gouvernements et que le Groupe de travail sur le tourisme culturel autochtone devrait être mis au courant des commentaires des experts dans le domaine par l'entremise d'un cercle consultatif afin de s'assurer que les programmes des différents ordres de gouvernement fournissent le soutien adéquat au tourisme et aux cultures autochtones. Il est recommandé que les membres du cercle consultatif continuent de communiquer entre eux par téléphone, qu'ils utilisent les outils de communication décrits ci-dessous et qu'ils tiennent des réunions annuelles avec leurs partenaires.

7.3 Communication

L'un des principaux problèmes soulevés relativement à la capacité de développement des collectivités autochtones dans les secteurs culturels et patrimoniaux est le manque d'occasions de partager les ressources et l'information entre les collectivités qui sont souvent isolées. Le cercle consultatif recommande le développement d'un outil de communication pancanadien qui pourrait fournir des avantages multiples tant aux collectivités qu'aux partenaires gouvernementaux. Cet outil permettrait à certaines collectivités de servir de mentors à d'autres, en transmettant l'information sur les sources de financement et d'aide, la préparation des propositions, la programmation culturelle et artistique, et les possibilités de marketing et de promotion. Il maintiendrait également les relations entre les membres du cercle et assurerait possiblement le lien entre les ministères et les secteurs du tourisme autochtone. Le cercle a

recommandé que le groupe de travail explore d'autres options, y compris un forum des collectivités en ligne, une liste de diffusion (semblable à la liste Canmuse gérée par le Réseau canadien d'information sur le patrimoine), des sites cibles, etc.

7.4 Évaluation

Pour s'assurer que le tourisme culturel autochtone constitue pour les Canadiens un outil pédagogique interculturel valable, il faut d'abord déterminer quelles sont les attentes des visiteurs canadiens puis vérifier l'efficacité des projets en tourisme culturel autochtone à répondre à ces attentes. Comme les lieux touristiques ne peuvent effectuer ce processus individuellement, il est recommandé que le groupe de travail s'en charge. Voici quelques-unes des recommandations à considérer dans l'avenir :

- L'élaboration d'un sondage plus facile à utiliser qui pourrait être effectué dans les lieux touristiques autochtones de tout le Canada auprès des visiteurs canadiens. La plupart des responsables de projets auraient la capacité d'administrer un sondage constitué de quelques questions seulement.
- Le Groupe de travail sur le tourisme culturel autochtone pourrait en fonction des résultats présentés dans ce rapport mener un projet pilote plus étendu qui déterminerait les attentes des Canadiens en matière de tourisme culturel autochtone puis évaluerait le succès du secteur à satisfaire ces attentes en effectuant un sondage dans certains lieux touristiques autochtones du Canada.
- Le concept de visite mystère pourrait être adapté sur mesure afin que les lieux touristiques autochtones obtiennent des commentaires détaillés sur leurs activités, repérant les pratiques exemplaires et présentant les réactions des visiteurs canadiens.

7.5 Marketing et promotion

Le cercle consultatif a constaté l'importance des campagnes de marketing et de promotion multiculturelles, s'adressant à la fois aux collectivités autochtones et aux visiteurs canadiens.

- Il faudrait élaborer une campagne promotionnelle dans le but de susciter davantage l'intérêt des visiteurs canadiens envers la culture autochtone et les expériences patrimoniales. On pourrait préparer dans le cadre de cette campagne un guide national énumérant les diverses régions autochtones et présentant les lieux culturels du Canada. Il faudrait envisager d'établir des partenariats avec les organismes en place, tels que Tourisme autochtone Canada, la Commission canadienne du tourisme et Parcs Canada.
- De plus, une campagne de sensibilisation dans les collectivités autochtones du Canada permettrait de souligner l'importance du tourisme culturel autochtone pour la préservation des cultures et du patrimoine autochtones et la promotion d'expériences positives. Cette campagne contribuerait à encourager les collectivités à soutenir les initiatives de tourisme culturel autochtone et à accroître potentiellement l'engagement de la collectivité dans les projets culturels proposés.

RÉFÉRENCES

Carr, Anna. *Mountain Places, Cultural Spaces: The Interpretation of Culturally Significant Landscapes Journal of Sustainable Tourism*, 12, 5, (2004).

Dyer, Pam, et al. *Tourism impacts on an Australian indigenous community: a Djabugay case study Tourism Management*, 24 (2000).

Hager, Barbara. *Le tourisme culturel autochtone : faites connaître votre histoire au monde entier,* Destinations, Rassemblement national sur les cultures et le tourisme autochtones, Document de travail.

Higgins-Desbiolles, Freya. *Globalisation and Indigenous Tourism , in Globalisation: Australian Regional Perspectives*, édité par Martin Shanahan et Gerry Treuren, Adelaide, Wakefield Press, 2003.

Higgins-Desbiolles, Freya. *Reconciliation Tourism: Tourism Healing Divided Societies*! », *Tourism Recreation Research*, 28, 3 (2003).

Karhakeron Diabo, Mitchell. *Les cultures autochtones et l'industrie touristique*, Destinations, Rassemblement national sur les cultures et le tourisme autochtones, Document de travail.

McIntosh, Alison. *Tourists appreciation of Maori culture in New Zealand , Tourism Management*, 25 (2003).

Notzke, Claudia. « *Indigenous Tourism Development in Southern Alberta, Canada: Tentative Engagement , Journal of Sustainable Tourism*, 12, 1 (2004).